

# **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA “INDOAMÉRICA”**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
Y ECONÓMICAS**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS Y NEGOCIOS**

## **TEMA:**

---

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE  
UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN  
DE PRENDAS JEANS NO LAVABLES EN EL  
CANTÓN PELILEO PROVINCIA DE  
TUNGURAHUA”**

---

Trabajo de investigación previo a la obtención del  
Título de Ingeniero en Administración de Empresas y  
Negocios.

## **AUTOR:**

**Darwin Fernando Tipan Chiluisa**

## **TUTOR:**

**Ing. Patricio Bucheli**

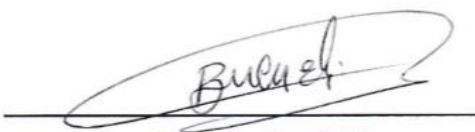
**AMBATO – ECUADOR**

**2016**

## **CERTIFICACIÓN**

En mi calidad de Director del Proyecto de Investigación “Plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la producción de prendas jeans no lavables en el Cantón Pelileo provincia de Tungurahua”, presentado por Fernando Tipan para optar por el título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, CERTIFICO, que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, Diciembre de 2016

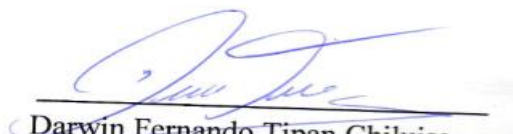


---

Ing. Patricio Bucheli  
**DIRECTOR**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.



Darwin Fernando Tipan Chiluisa  
CI: 1714010152  
**TUTOR**

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,  
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN  
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Darwin Fernando Tipan Chiluisa, declaro ser autor del trabajo de investigación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN DE PRENDAS JEANS NO LAVABLES EN EL CANTÓN PELILEO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”, como requisito para optar al grado de “Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios” autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Parciales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato en el mes de diciembre de 2016, firmo conforme:



Autor: Darwin Fernando Tipan Chiluisa  
C.I. 1714010152  
Calle 24 de Septiembre y 22 de Julio Parroquia Benítez  
Correo: fer-t@hotmail.es  
0999979652

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco primeramente a Dios, por bendecirme en cada momento de mi vida, por haberme dado la fuerza, inteligencia y la sabiduría en todas mis etapas, y así hacer realidad uno de mis grandes sueños.

A mi esposa Lucia por su apoyo y cariño incondicional, a mi madre Luzmila por enseñarme que con esfuerzo y perseverancia se puede alcanzar a cumplir objetivos en la vida. A toda mi familia por brindarme su apoyo en momentos difíciles.

A la Universidad Tecnológica Indoamerica por impartir amplios conocimientos que han contribuido a mi desarrollo personal y profesional.

A todos los docentes que formaron mis conocimientos en toda mi carrera universitaria.

***Gracias***

## **DEDICATORIA**

A Dios por llenarme de bendiciones cada día y darme la fortaleza para cumplir con un sueño más.

A mi amada esposa por su apoyo incondicional y por creer en mí.

A mi querido hijo Juan Pablo por ser mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más.

A mi madre por darme consejos y el ejemplo de su vida para seguir siempre adelante.

A mi familia que siempre me apoyó.

Fernando Tipan

## ÍNDICE GENERAL

Portada.....	i
Certificación.....	ii
Declaración de Autenticidad.....	iii
Autorización por parte del Autor .....	iv
Agradecimiento .....	v
Dedicatoria .....	vi
Índice General .....	vii
Índice de Cuadros.....	xi
Índice de Gráficos .....	xiv
Sumario Investigativo .....	xvi
Abstract .....	xvii
 Introducción .....	 1
 <b>CAPÍTULO I</b> .....	 <b>3</b>
<b>ÁREA DE MARKETING</b> .....	<b>3</b>
1.1 Definición del producto.....	3
1.1.1 Especificación del producto .....	3
1.1.2 Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona. ....	5
1.2 Definición del mercado .....	5
1.2.1 Qué mercado se va a tocar en general .....	6
1.2.1.1 Categorización de sujetos .....	6
1.2.1.2 Estudio de segmentación .....	6
1.2.1.3 Plan de muestreo .....	7
1.2.1.4 Diseño y recolección de información .....	11
1.2.1.5 Análisis e interpretación.....	14
1.2.2 Demanda potencial .....	26
1.3 Análisis del macro y micro ambiente .....	27
1.3.1 Análisis del micro ambiente .....	27
1.3.2 Análisis del macro ambiente .....	29

1.3.3	Proyección de la oferta .....	32
1.4	Demanda potencial insatisfecha .....	34
1.5	Promoción y publicidad .....	35
1.6	Sistema de distribución .....	38
1.6.1	Tipos de canales de distribución .....	39
1.7	Seguimiento de clientes .....	40
1.8	Especificar mercados alternativos .....	40
<b>CAPÍTULO II .....</b>		<b>41</b>
<b>ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES) .....</b>		<b>41</b>
2.1	Descripción del proceso .....	41
2.1.1	Descripción de proceso de transformación del producto. ....	41
2.1.2	Descripción de instalaciones, equipos y personas. ....	48
2.1.3	Tecnologías a aplicar .....	51
2.2	Factores que afectan el plan de operaciones. ....	54
2.2.1	Ritmo de producción. ....	54
2.2.2	Nivel de inventario promedio .....	54
2.2.3	Número de trabajadores. ....	55
2.3	Capacidad de producción. ....	56
2.3.1	Capacidad de producción futura. ....	56
2.4	Definición de recursos necesarios para la producción. ....	57
2.4.1	Especificación de materias primas y grado de sustitución. ....	57
2.5	Calidad .....	58
2.5.1	Método de control de calidad .....	58
2.6	Normas y permisos que afectan su instalación .....	63
2.6.1	Seguridad e higiene ocupacional .....	63
<b>CAPÍTULO III .....</b>		<b>67</b>
<b>ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN .....</b>		<b>67</b>
3.1	Análisis estratégico y definición de objetivos .....	67
3.1.1	Visión de la empresa .....	67
3.1.2	Misión de la empresa .....	67



3.1.3	Matriz pci (perfil de capacidad interna).....	67
3.1.4	Matriz poam (perfil de las oportunidades y amenazas en el medio).....	68
3.1.5	Matriz foda (fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas).....	69
3.1.6	Matriz de vulnerabilidad .....	70
3.1.7	Matriz de aprovechabilidad .....	71
3.1.8	Matriz de estrategias.....	72
3.2	Objetivos estratégicos .....	73
3.2.1	Objetivo general estratégico .....	74
3.2.2	Objetivos específicos estratégicos.....	74
3.3	Mapa estratégico de la empresa .....	75
3.4	Organización funcional de la empresa .....	76
3.4.1	Realizar organigrama de la empresa para definir la organización interna. ....	76
3.4.2	Describe brevemente los cargos del organigrama.....	79
3.5	Control de gestión .....	84
3.5.1	Indicadores de gestión necesarios .....	84
3.6	Necesidades de personal.....	84
<b>CAPÍTULO IV .....</b>		<b>86</b>
<b>ÁREA JURÍDICO LEGAL.....</b>		<b>86</b>
4.1	Determinación de la forma jurídica .....	86
4.2	Patentes y marcas .....	89
4.3	Detalle de todo tipo de licencias necesarias para funcionar .....	90
<b>CAPÍTULO V.....</b>		<b>95</b>
<b>ÁREA FINANCIERA .....</b>		<b>95</b>
5.1	Plan de inversiones.....	95
5.2	Plan de financiamiento .....	97
5.3	Cálculo de costos y gastos.....	98
5.4	Cálculo de ingresos .....	105
5.5	Flujo de caja .....	107
5.6	Punto de equilibrio .....	108
5.7	Estado de resultados proyectado .....	110

5.8	Evaluación financiera .....	111
	Bibliografía .....	116
	Anexos. ....	119

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N°1: Detalles del producto.....	3
Cuadro N°2: Categorización de sujetos.....	6
Cuadro N°3: Dimensión Conductual.....	6
Cuadro N°4: Dimensión Geográfica .....	7
Cuadro N°5: Dimensión Demográfica .....	7
Cuadro N°6: Cuadro de necesidades Objetivo específico1 .....	10
Cuadro N°7: Cuadro de necesidades Objetivo específico 2 .....	10
Cuadro N°8: Bancos de datos de otras organizaciones necesidad 1 .....	11
Cuadro N°9: Bancos de datos de otras organizaciones necesidad 2 .....	12
Cuadro N°10: Bancos de datos de otras organizaciones necesidad 3 .....	12
Cuadro N°11: Tipos de prendas jeans. ....	14
Cuadro N°12: Jeans de marca.....	15
Cuadro N°13: Sitios donde prefiere comprar las prendas jeans .....	16
Cuadro N°14: Atributos que considera de mayor importancia. ....	17
Cuadro N°15: Frecuencia de compra. ....	18
Cuadro N°16: Razones por las que no compraría una prenda jean. ....	19
Cuadro N°17: Forma de pago.....	20
Cuadro N°18: Conoce acerca de prendas jeans no lavables.....	21
Cuadro N°19: Medios de publicidad. ....	22
Cuadro N°20: Empresa dedicada a la producción de prendas jeans no lavables. .	24
Cuadro N°21: Preferencia de compra en el jean normal o no lavable.....	25
Cuadro N°22: Datos para la demanda .....	26
Cuadro N°23: Proyección de la demanda (TCP).....	27
Cuadro N°24: Matriz EFI .....	30
Cuadro N°25: Matriz EFE .....	31
Cuadro N°26: Matriz MPC.....	32
Cuadro N°27: Datos para la oferta .....	33
Cuadro N°28: Proyección de la Oferta .....	33
Cuadro N°29: Demanda potencial insatisfecha.....	34
Cuadro N°30: Presupuesto del plan de medios publicitarios .....	38

Cuadro N°31: Cronograma mensual .....	38
Cuadro N°32: Formato de seguimiento a los clientes .....	40
Cuadro N°33: Actividades y tiempo del proceso operativo. ....	44
Cuadro N°34: Determinación de los equipos. ....	49
Cuadro N°35: Equipos de Oficina. ....	50
Cuadro N°36: Horas hombre del área de producción.....	51
Cuadro N°37: Horas hombre del área Administrativa. ....	51
Cuadro N°38: Ritmo de producción mensual del jeans no lavable.....	54
Cuadro N°39: Requerimiento de Personal. ....	55
Cuadro N°40: Capacidad de producción del jeans no lavable. ....	56
Cuadro N°41: Proyección de capacidad de producción del jeans no lavable.....	56
Cuadro N°42: Materia prima directa. ....	57
Cuadro N°43: Nómina de Proveedores. ....	57
Cuadro N°44: Lista de verificación. ....	61
Cuadro N°45: Diagrama de Pareto. ....	62
Cuadro N°46: Matriz Perfil de Capacidad Interna. ....	68
Cuadro N°47: Matriz de Perfil de las oportunidades y amenazas en el medio .....	69
Cuadro N°48: Análisis FODA.....	70
Cuadro N°49: Matriz de Vulnerabilidad. ....	71
Cuadro N°50: Cálculo de Factores Claves (Matriz de Perfil Vulnerabilidad). ....	71
Cuadro N°51: Matriz de Aprovechabilidad.....	72
Cuadro N°52: Cálculo de Factores Claves (Matriz de Aprovechabilidad) .....	72
Cuadro N°53: Matriz de Estrategias.....	73
Cuadro N°54: Descripción del cargo Gerencia. ....	79
Cuadro N°55: Descripción del cargo Secretaria.....	80
Cuadro N°56: Descripción del cargo Jefe de Producción. ....	81
Cuadro N°57: Descripción del cargo Operario. ....	82
Cuadro N°58: Descripción del cargo Vendedor.....	83
Cuadro N°59: Indicadores de Gestión.....	84
Cuadro N°60: Necesidades del personal dentro de 5 años. ....	85
Cuadro N°61: Plan de inversión .....	96
Cuadro N°62: Capital de trabajo .....	97

Cuadro N°63: Forma de financiamiento.....	97
Cuadro N°64: Detalle de costos .....	98
Cuadro N°65: Proyección de costos .....	99
Cuadro N°66: Detalle de gastos administrativos.....	100
Cuadro N°67: Detalle de gastos de ventas .....	101
Cuadro N°68: Detalle de gastos financieros.....	101
Cuadro N°69: Proyección de gastos administrativos .....	102
Cuadro N°70: Proyección de gastos de ventas .....	102
Cuadro N°71: Proyección de gastos financieros .....	103
Cuadro N°72: Rol de pagos área de producción .....	103
Cuadro N°73: Rol de pagos área administrativa .....	104
Cuadro N°74: Rol de pagos área de venas .....	104
Cuadro N°75: Depreciaciones .....	105
Cuadro N°76: Proyección de las depreciaciones.....	105
Cuadro N°77: Ingresos .....	106
Cuadro N°78: Proyección de Ingresos .....	106
Cuadro N°79: Flujo de caja .....	107
Cuadro N°80: Punto de equilibrio año 1 .....	108
Cuadro N°81: Estado de resultados proyectado .....	110
Cuadro N°82: Costo promedio ponderado de capital.....	112
Cuadro N°83: Tasa interna de retorno.....	112
Cuadro N°84: Periodo de recuperación.....	114
Cuadro N°85: Liquidez .....	115
Cuadro N°86: Rentabilidad .....	115

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1: Proceso de producción del jeans .....	13
Gráfico N°2: Tipos de prendas jeans. ....	14
Gráfico N°3: Jeans de marca. ....	15
Gráfico N°4: Sitios donde prefiere comprar las prendas jeans. ....	16
Gráfico N°5: Atributos que considera de mayor importancia. ....	17
Gráfico N°6: Frecuencia de compra. ....	18
Gráfico N°7: Razones por las que no compraría una prenda jean. ....	19
Gráfico N°8: Forma de pago. ....	20
Gráfico N°9: Conoce acerca de prendas jeans no lavables. ....	21
Gráfico N°10: Medios de publicidad. ....	22
Gráfico N°11: Empresa dedicada a la producción de prendas jeans no lavables..	24
Gráfico N°12: Preferencia de compra en el jean normal o no lavable .....	25
Gráfico N°13: Proyección de la demanda (TCP) .....	27
Gráfico N°14: Las 5 Fuerzas de Porter .....	28
Gráfico N°15: Proyección de la oferta .....	34
Gráfico N°16: Demanda potencial insatisfecha .....	35
Gráfico N°17: Intensidad de inserciones publicitarias .....	38
Gráfico N°18: Canal de distribución directo .....	39
Gráfico N°19: Canal de distribución indirecto .....	39
Gráfico N°20: Mapa de Procesos. ....	45
Gráfico N°21: Flujograma del proceso de producción del jeans no lavable. ....	47
Gráfico N°22: Distribución física de la empresa. ....	48
Gráfico N°23: Modelo de Mejora Continua. ....	59
Gráfico N°24: Diagrama de Pareto. ....	63
Gráfico N°25: Mapa Estratégico de la Empresa de Jeans no lavables. ....	75
Gráfico N°26: Organigrama estructural. ....	76
Gráfico N°27: Organigrama funcional .....	77
Gráfico N°28: Organigrama de puestos y plazas. ....	78
Gráfico N°29: Punto de equilibrio año 1 .....	109

## ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen N°1: Valla publicitaria .....	37
Imagen N°2: Fan page de Facebook .....	37

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA Y ECONÓMICA**

**SUMARIO INVESTIGATIVO**

**TEMA:** “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN DE PRENDAS JEANS NO LAVABLES EN EL CANTÓN PELILEO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”

**AUTOR:** Fernando Tipan.

**TUTOR:** Ing. Patricio Bucheli.

El actual plan de negocios trata de la creación de una empresa dedicada a la producción de prendas jeans no lavables en el cantón Pelileo provincia de Tungurahua, convirtiéndose en una nueva opción con relación al lavado del producto, pues el uso del mismo será prolongado por un lapso determinado, el mercado objetivo está encaminado a los obreros y mecánicos, a quienes se aplicó una encuesta donde ratificaron que la prenda jeans que adquieren con frecuencia son los pantalones, casi en su mayoría creen que si existiera esta empresa beneficiaría al sector textil, lo que se constituye en un aspecto positivo ya que se justificó la viabilidad del trabajo investigativo, para tener una rápida aceptación en cuanto a la compra se acude a la realización de publicidad por medio de vallas publicitarias, la radio Stereo Única 98,1 FM, y un fan page en Facebook, en la distribución de instalaciones se enuncia la ubicación que será en el sector el tambo, constando del área administrativa, producción, y comercial, se aplicaron métodos de control de calidad fundamentados en la mejora continua, lista de verificación, y el diagrama de Pareto, el área jurídica legal se fundamenta como una empresa unipersonal de responsabilidad limitada en vista que quien estará al frente es el Gerente – Propietario, en la parte financiera cabe mencionar que el valor actual neto, la tasa mínima aceptable de rendimiento y la tasa interna de retorno reflejan la factibilidad del proyecto, el beneficio costo es 1,26, en tanto que el periodo de recuperación se dará en 2 años, 2 meses con 23 días.

**DESCRIPTORES:** Producción, jeans no lavables, mercado objetivo, sector textil, control de calidad.



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA Y ECONÓMICA**

**ABSTRACT**

**THEME:** “BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A COMPANY DEDICATED TO THE PRODUCTION OF CLOTHING JEANS NOT WASHABLE IN CANTON PELILEO PROVINCE OF TUNGURAHUA”

**AUTHOR:** Fernando Tipan.

**TUTHOR:** Ing. Patricio Bucheli.

The current business plan is the creation of a company dedicated to the production of clothing jeans not washable in canton pelileo province of Tungurahua, becoming a new option with regard to the laundering of the proceeds, since the use of the same will be extended by a period of time the target market is aimed to laborers and mechanics, who were applied a survey where they confirmed that the garment jeans that often acquired are the trousers, almost in its majority believe that if there is this recipient company at the textile sector, which constitutes a positive aspect since it justified the viability of investigative work, to have a quick acceptance in regard to the purchase recourse is had to the realization of advertising through billboards, the Radio Stereo only 98.1 FM, and a fan page on Facebook, in the distribution of facilities is set out the location that will be on the sector of the tambo and consists of the administrative area, production and trade, were applied methods of quality control based on the continuous improvement, checklist, and the Pareto diagram, the legal area is founded as a sole proprietorship of limited responsibility in view that who will be at the forefront is the Manager - Owner, in the financial part it is worth mentioning that the net present value, the minimal acceptable rate of performance and the internal rate of return reflect the feasibility of the project, the benefit cost is 1.26, while the recovery period will be in 2 years, 2 months with 23 days.

**Descriptors:** Production, Non-washable jeans, target market, textile industry, quality control.

## INTRODUCCIÓN

**Tema:** “Plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la producción de prendas jeans no lavables en el cantón Pelileo provincia de Tungurahua”

En el actual plan de negocios se ha desarrollado cinco capítulos compuestos por el área de marketing, área de producción, área de organización y gestión, área jurídica legal, y el área financiera como se desglosa a continuación:

Capítulo I área de marketing consta de la especificación del producto en el cual se detalla la creación de la empresa dedicada a la producción de jeans no lavables, se nombra los aspectos innovadores (diferenciadores), definición del mercado, plan de muestreo, diseño y recolección de información, análisis e interpretación, demanda potencial, análisis del macro y micro ambiente, proyección de la oferta, demanda potencial insatisfecha, promoción y publicidad, sistema de distribución, seguimiento de clientes, especificar mercados alternativos.

Capitulo II área de producción está constituido por la descripción de proceso de transformación del producto, descripción de instalaciones, equipos y personas, tecnologías a aplicar, factores que afectan el plan de operaciones, capacidad de producción, definición de recursos necesarios para la producción, calidad, normas y permisos que afectan su instalación.

Capitulo III área de organización y gestión, análisis estratégicos y definición de objetivos, matriz PCI, matriz POAM, matriz FODA, matriz de vulnerabilidad, matriz de aprovechabilidad, objetivos estratégicos, mapa estratégico de la empresa, organización funcional de la empresa, descripción breve de los cargos del organigrama, control de gestión, necesidades del personal.

Capítulo IV área jurídico legal, se determina la forma jurídica legal, patentes y marcas, detalle de todo tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales (patentes inicio de actividades, etc.).

Capítulo V área financiera se define el plan de inversiones, plan de financiamiento, cálculo de costos y gastos, cálculo de ingresos, flujo de caja, punto de equilibrio, estado de resultados proyectado, evaluación financiera.

## CAPÍTULO I

### ÁREA DE MARKETING

#### 1.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

##### 1.1.1 Especificación del Producto

Las prendas jeans es muy popular en todo el mundo puesto que se conoce como una imagen cultural universal, un icono de la globalización, en la actualidad continúa de moda, se pueden encontrar acorde a la preferencia de cada persona, diferentes tallas, colores, y estilos. Es por ello que para el presente plan de negocios se creará una empresa dedicada a la producción de jeans no lavables, convirtiéndose en una nueva opción con relación al lavado del producto, esto implica que el uso del mismo sea prolongado por un tiempo determinado, por lo cual se procede a la confección de pantalones jeans para el género masculino y femenino.

**Cuadro N°1:** Detalles del producto

<b>Empresa:</b>	JEANS no Lavables Pelileo
<b>Marca:</b>	
<b>Eslogan:</b>	<i>Seguridad en el uso y limpieza de tu jean.</i>
<b>Producto:</b>  Jeans no lavables utilizados por obreros y mecánicos en sus trabajos.	

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo

Para la determinación del nombre del producto se basó en la necesidad de los obreros y mecánicos que al escuchar el nombre jean no lavable no adquiriera fácilmente, ya que por el tipo de trabajo que poseen no cuentan con tiempo suficiente para lavarlo y volver a utilizar, el nombre dará buena imagen al producto.

El diseño de la marca es un cuadro de color azul índigo porque va más de acuerdo con el color del jean, y las letras blancas, porque influye sobre las personas y transmiten claramente lo escrito, y porque es una connotación positiva para el mercado, se utiliza este tipo de diseño ya que la etiqueta será más visible en el interior del producto.

A continuación, se determina algunas características que posee los jeans no lavables:

- Las prendas jeans contará con tela de calidad esta es Denim Indigo su composición está conformado por algodón.
- En el proceso de tinturado se aplicará productos químicos tales como NOVACLEAN DG Y NOVACLEAN 1170 BIO, este químico posee pronunciado poder dispersante de grasas y suciedades, además de poder emulsionante en un perfecto balance para potenciar su acción en la remoción de grasas y aceites. Elimina totalmente grasas, partículas de polvo y otras impurezas, sin dañar la tela, luego que esta explicación se pretende colocar en el proceso de tinturado estos químicos a la prenda jean ayudando a conservar el jean limpio, permite que la suciedad.
- Será un producto durable en los días de uso, ya que se podrá mantener la prenda sin lavar aproximadamente por dos meses.

### **1.1.2 Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.**

En vista que es una empresa nueva en Pelileo se pondrá a disposición del cliente aspectos innovadores como es el caso de ofrecer prendas jeans no lavables, posee grandes beneficios porque permanecerán limpios por un cierto tiempo, no se deteriorará con gran facilidad, por medio de la utilización de los químicos NOVACLEAN DG Y NOVACLEAN 1170 BIO, que hará que este producto sea novedoso en el mercado.

## **1.2 DEFINICIÓN DEL MERCADO**

De acuerdo a (Sulser & Pedroza, 2004), manifiestan. “El mercado se puede definir como el lugar en donde confluyen la oferta y la demanda, es el conjunto total de personas u organizaciones con necesidades por satisfacer, dinero para gastar y la disposición y la voluntad de gastarlo” (p.67).

Actualmente Pelileo es caracterizado por alcanzar un desarrollo en la industria textil existe varias empresas dedicadas a esta actividad, la elaboración de prendas jeans contiene esencialmente seis procesos creadores de valor en los cuales se menciona la investigación, diseño, planeación de la producción y abastecimiento, trazo y corte, confección, lavado y tinturado, acabados, etiquetado y empaque, no obstante estos elementos no se llevan a cabo en su totalidad algunas recurren a otros lugares en el caso del lavado una vez que este ya confeccionada, para posteriormente retornar a su origen y culminar con los terminados necesarios, así entregar un producto bajo las mejores condiciones en torno a la calidad.

Con estos antecedentes cabe resaltar que el sector textil tiene una gran acogida es esta la razón por la que se creará una empresa destinada a la confección de prendas jeans no lavables, enfocados tanto a hombres como a mujeres quedando de tal forma identificado el mercado al que se dirigirá el estudio actual.

### 1.2.1 Qué mercado se va a tocar en general

El mercado al que se dirige el presente trabajo es a los obreros, y mecánicos del cantón Pelileo hombres y mujeres.

#### 1.2.1.1 Categorización de sujetos

Es crucial que se establezca en torno a donde se destinará el producto, por aquello se plantea la categorización de sujetos.

**Cuadro N°2:** Categorización de sujetos

<b>CATEGORÍA</b>	<b>SUJETO</b>
¿Quién compra?	Obreros, y mecánicos
¿Quién usa?	Obreros, y mecánicos
¿Quién decide?	Obreros, y mecánicos
¿Qué influye?	Obreros, y mecánicos

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de mercado (2016)

#### 1.2.1.2 Estudio de Segmentación

Con el objetivo de agrupar a los clientes, conforme a las diferencias en sus necesidades o preferencias y para adquirir una ventaja competitiva se analiza la dimensión conductual, geográfica y demográfica, a más de fijar el mercado objetivo.

**Cuadro N°3:** Dimensión Conductual

<b>CATEGORÍA</b>	<b>SUJETO</b>
Tipo de necesidad:	Fisiológica-vestido
Tipo de compra:	Comparación
Relación con la marca:	No
Actitud frente al producto:	Positiva

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de mercado (2016)

**Cuadro N°4: Dimensión Geográfica**

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN
País	Ecuador	16.640.859
Región	Sierra	8.290.476
Ciudad Urbana y Rural	Pelileo	56.573

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** INEC (2014)

**Cuadro N°5: Dimensión Demográfica**

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN
Género	Hombres	14.436
	Mujeres	15.959
Edad	18 – 60	30.395
Ocupación	Obreros, y mecánicos	5.634
Escolaridad	No aplica.	-
Socioeconómico	PEA	45.801

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** INEC censo de población y vivienda (2010) y SNI

### **Mercado Objetivo**

El mercado objetivo al que está encaminado el estudio es la población por rama de ocupación entre ellos los obreros y mecánicos del cantón Pelileo, conformando un total de 5.634, según el (SNI) Sistema Nacional de Información.

#### **1.2.1.3 Plan de Muestreo**

El plan de muestreo sirve para seleccionar un subgrupo de personas de la población, con el propósito de desarrollar pronósticos, lo que esto es muy importante considerar ya que determina el comportamiento de compra de las prendas jeans, del mercado potencial seleccionado.



Para el estudio de mercado del presente tema se desarrolla una encuesta dirigida a los obreros y mecánicos quienes vienen a ser los clientes potenciales para la empresa, para ello se toma en cuenta el muestreo probabilístico, de tipo aleatorio estratificado porque por medio de este se divide la población en grupos en función de un carácter determinado y después se muestra cada grupo aleatoriamente, para esto se realiza el cálculo de la muestra basada en la formula finita, con el objetivo de determinar el número necesario de encuestas a aplicarse, como se puede determinar a continuación:

**Fórmula:**

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + Ne^2}$$

**Dónde:**

n= tamaño de la muestra

Z = nivel de confiabilidad 1.96<sup>2</sup>

P= probabilidad de ocurrencia 50% = 0.5

Q= posibilidad de no ocurrencia 50% = 0.5

N= población Universo

e= error de la muestra (5%) = 0.05<sup>2</sup>

**Desarrollo:**

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 5.634}{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 + 5.634 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{3,84 * 0,25 * 5.634}{3,84 * 0,25 + 5.634 (0,0025)}$$

$$n = \frac{5.408,64}{0,96 + 14,09}$$

$$n = \frac{5.408,64}{15,05}$$

$$n = 359,37$$

$$n = 359$$

### **Análisis:**

A través de la utilización de la fórmula de la muestra con una población de 5.634 obreros y mecánicos del cantón Pelileo se obtiene un total de la muestra de 359 personas a quienes se les aplicará la encuesta para conocer las necesidades y requerimientos del mercado potencial, y así poner en marcha la idea de negocio vigente.

### **OBJETIVO GENERAL**

Realizar una investigación de mercados para cubrir las necesidades de los clientes potenciales para la empresa de producción de prendas jeans no lavables en el Cantón Pelileo.

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Establecer el nivel de aceptación de la empresa dedicada a la producción de prendas jeans no lavables en el Cantón Pelileo.
- Analizar la demanda potencial para la creación de una empresa de producción de prendas jeans no lavables en el Cantón Pelileo.

**OBJETIVO ESPECÍFICO 1:** Establecer el nivel de aceptación de la empresa dedicada a la producción de prendas jeans no lavables en el Cantón Pelileo.

**Cuadro N°6:** Cuadro de necesidades Objetivo específico 1

<i>NECESIDADES DE INFORMACIÓN</i>	<i>TIPO DE INFORMACIÓN</i>	<i>FUENTES</i>	<i>INSTRUMENTOS</i>
Tipo de prendas de prendas jeans que adquiere con frecuencia.	Primaria	Mercado objetivo.	ENCUESTA
Uso de prendas jeans de marca.	Primaria	Mercado objetivo.	ENCUESTA
Sitios donde prefiere comprar las prendas jeans.	Primaria	Mercado objetivo.	ENCUESTA
Atributos que considera de mayor importancia cuando compra prendas jeans.	Primaria	Mercado objetivo.	ENCUESTA
Frecuencia de compra de una prenda jean.	Primaria	Mercado objetivo.	ENCUESTA
Razones por las que no compraría una prenda jean.	Primaria	Mercado objetivo.	ENCUESTA
Conoce acerca de prendas jeans no lavables	Primaria	Mercado objetivo.	ENCUESTA
En qué medios de publicidad le gustaría que se promocioe el producto.	Primaria	Mercado objetivo.	ENCUESTA

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo.

**OBJETIVO ESPECÍFICO 2:** Analizar la demanda potencial para la creación de una empresa de producción de prendas jeans no lavables en el Cantón Pelileo.

**Cuadro N°7:** Cuadro de necesidades Objetivo específico 2

<i>NECESIDADES DE INFORMACIÓN</i>	<i>TIPO DE INFORMACIÓN</i>	<i>FUENTES</i>	<i>INSTRUMENTOS</i>
Determinar la demanda histórica del producto.	Secundaria	Empresa “Station”	Banco de datos
Investigar datos de producción de las empresas de prendas jeans.	Secundaria	Empresa “Detex Urban”	Banco de datos
Establecer proveedores.	Secundaria	Empresas proveedoras de cierres, botones, remaches, hilos, telas, químicos, marquillas, etiquetas, cueros, maquinaria, lavandería, tinturado, manualidades en jean.	Banco de datos
Factores de la demanda	Secundaria	Internet/libros	Servicios agrupados
Investigar los precios competentes de los jeans en el cantón Pelileo.	Secundaria	Internet/libros	Servicios agrupados
Tendencia de consumo de prendas jeans.	Secundaria	Internet/libros	Servicios agrupados
Proceso de producción de las prendas jeans.	Secundaria	Competencia	Banco de datos.
Canales de comercialización.	Secundaria	Internet/libros	Servicios agrupados

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo.

#### 1.2.1.4 Diseño y recolección de información

### INFORMACIÓN SECUNDARIA

#### S.A (Servicios agrupados)

**Necesidad 1:** Indagar acerca de factores de la demanda, los precios competentes del jeans en el cantón Pelileo, la tendencia de consumo de prendas jeans y los canales de comercialización.

**Desarrollo:** Buscar información secundaria en internet/libros para estipular nuevas concepciones, mejorar la percepción que se tiene de estas necesidades de tal forma que se convierta en gran aporte para el presente plan de negocios.

#### BDO (Banco de datos)

**Necesidad 1:** Determinar la demanda histórica del producto.

**Desarrollo:** Establecer la demanda histórica del producto tomando como reseña la empresa “Station” quien proporciona datos de los últimos 3 años de las ventas anuales.

**Cuadro N°8:** Bancos de datos de otras organizaciones necesidad 1

Empresa “Station”	Año	# de unidades vendidas	Fuente
	2013	41.800	Empresa “Station” Pelileo
	2014	55.000	
	2015	40.903	

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Necesidad 2:** Investigar datos de producción de las empresas de prendas Jeans.

**Desarrollo:** Acudir a la empresa y pedir información sobre el nivel de producción de prendas Jeans que sirva como punto de referencia para la elaboración del producto en la investigación reciente. En este caso de la misma manera servirá

información de la cantidad de producción anual de la empresa, “Detex Urban” del cantón Pelileo.

**Cuadro N°9:** Bancos de datos de otras organizaciones necesidad 2

Empresa	Año	Unidades vendidas	Fuente
“Detex Urban”	2013	20.000	Empresa “Detex Urban” Pelileo
	2014	27.000	
	2015	14.500	

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Necesidad 3:** Establecer proveedores

**Desarrollo:** Fijar una cita con los propietarios de las diferentes empresas proveedoras de la materia prima para posteriormente proceder a la adquisición de los productos y poner en marcha la idea de negocio.

**Cuadro N°10:** Bancos de datos de otras organizaciones necesidad 3

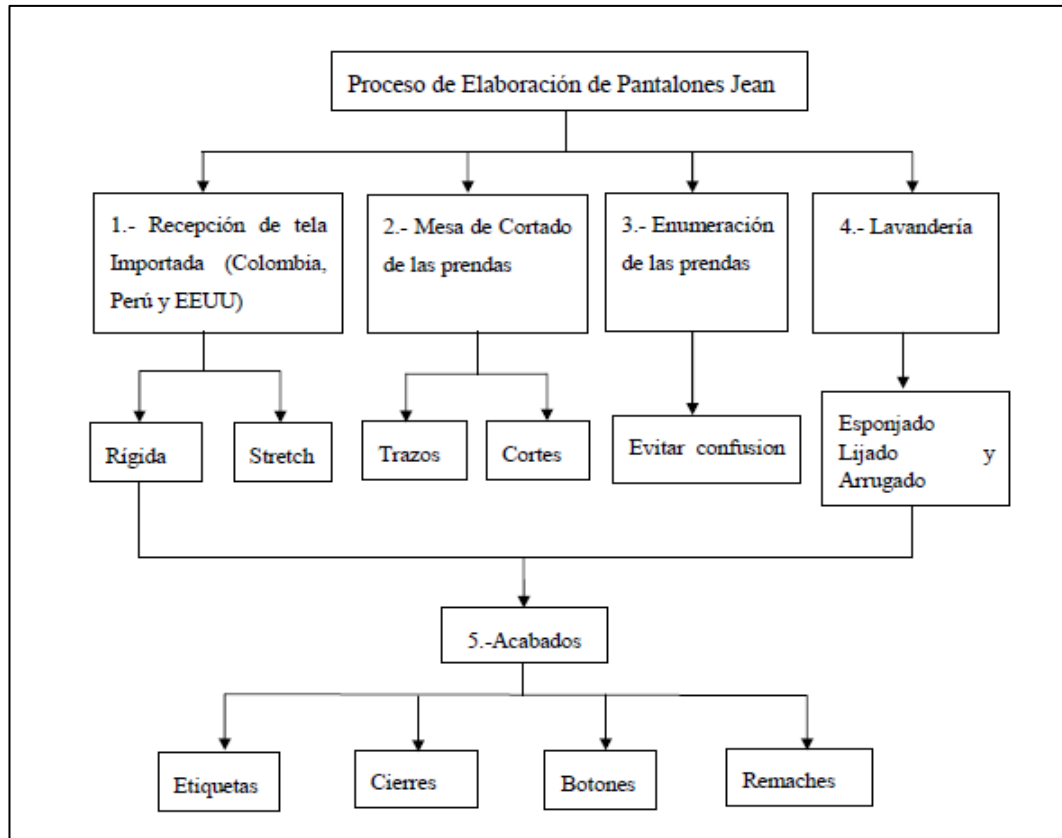
Proveedores de Materia Prima:
NOMBRE
Distribuciones Zuniga
Impordenim
Indiquimica
Marquillas y Accesorios
Dimar
Maquinas Ambato
Laboratorio Del Denim

**Elaborado por:** Fernando Tipan

**Fuente:** Proveedores de Quito y Ambato.

**Necesidad 4:** Proceso de producción de la prenda jeans.

**Desarrollo:** Realizar una indagación a la competencia del proceso de producción de la prenda jeans para en base a ello observar el proceso productivo con el que cuenta una empresa dedicada a la producción de prendas jeans.



**Gráfico N°1:** Proceso de producción del jeans

**Fuente:** Empresa “Detalles y Colores” Pelileo

## INFORMACIÓN PRIMARIA

### Encuesta.

La encuesta es la obtención de información acerca de una muestra a los sujetos de investigación para obtener datos relevantes que sean útiles para el objetivo que se quiere alcanzar. De esta manera se plantea la encuesta y contiene preguntas cerradas y de opción múltiple.

**Desarrollo:** Elaborar una encuesta dirigido al mercado objetivo compuesto por obreros y mecánicos del Cantón de Pelileo. (Ver anexo N°1)

### 1.2.1.5 Análisis e Interpretación

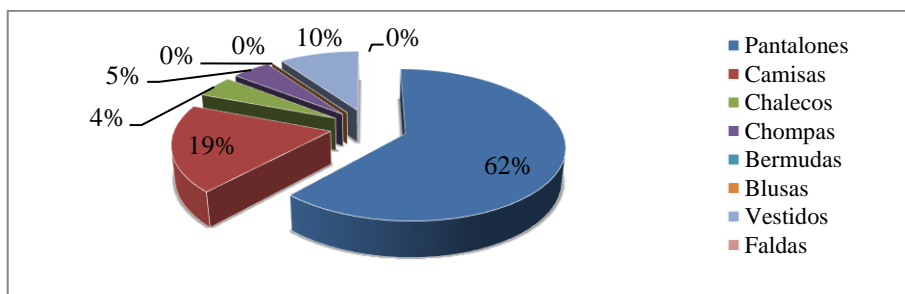
**Pregunta N°1:** ¿Señale los tipos de prendas jeans que adquiere con frecuencia?

**Cuadro N°11:** Tipos de prendas jeans.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pantalones	222	62%
Camisas	68	19%
Chalecos	17	4%
Chompas	17	5%
Bermudas	0	0%
Blusas	0	0%
Vestidos	35	10%
Faldas	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo.



**Gráfico N°2:** Tipos de prendas jeans.

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo.

### Interpretación:

El 62% de los encuestados afirman que el tipo de prendas jeans que adquieren con frecuencia son los pantalones, el 19% dicen las camisas, el 10% manifiestan los vestidos, el 5% las chompas, mientras que el 4% destacan los chalecos.

### Análisis:

El pantalón es una prenda de vestir versátil y que se puede combinar de varias formas, es por ello que la mayoría de encuestados enfatizan que los pantalones son el tipo de prenda jeans que adquiere con frecuencia razón por la cual resulta ventajoso para la creación de una empresa dedicadas a la producción de prendas jeans no lavables en el cantón Pelileo.

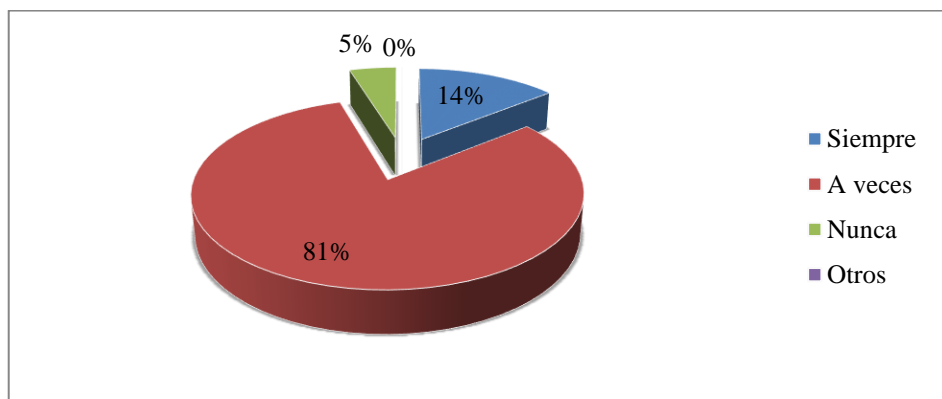
**Pregunta 2.-** ¿Usa usted prendas jeans de marca?

**Cuadro N°12:** Jeans de marca.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	51	14%
A veces	291	81%
Nunca	17	5%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo.



**Gráfico N°3:** Jeans de marca.

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo.

### **Interpretación:**

Conforme a los datos alcanzados el 81% dicen que a veces usan prendas jeans de marca, el 14% indican siempre y en menor proporción con el 5% señalan nunca.

### **Análisis:**

La marca representa calidad, mejores terminados, y originalidad sin embargo la mayor parte de encuestados opta por la opción a veces al momento de usar prendas jeans de marca este aspecto se convierte en una fortaleza porque significa que para emprender esta idea de negocio en primera instancia no habría problema para la compra de las prendas jeans no lavables.



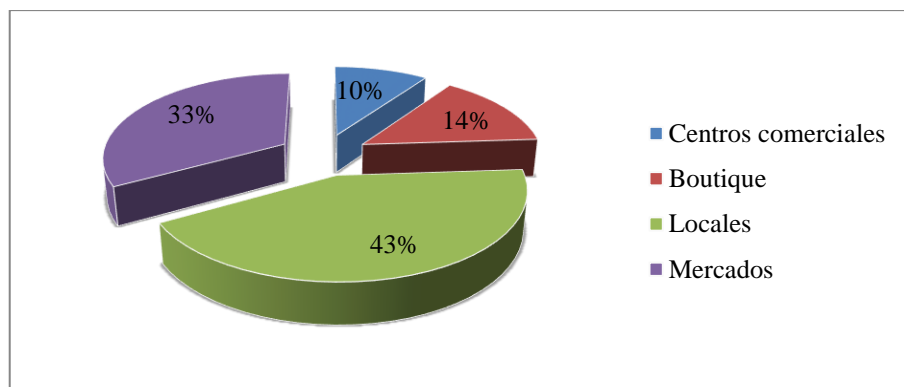
**Pregunta 3.-** ¿Mencione en que sitios prefiere comprar las prendas jeans?

**Cuadro N°13:** Sitios donde prefiere comprar las prendas jeans

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Centros comerciales	35	10%
Boutique	51	14%
Locales	154	43%
Mercados	119	33%
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo.



**Gráfico N°4:** Sitios donde prefiere comprar las prendas jeans.

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo.

### **Interpretación:**

El 43% de los encuestados afirman que los sitios en que prefieren comprar las prendas jeans son en locales, el 33% dicen en los mercados, el 14% en las boutiques y el 10% compran en centros comerciales.

### **Análisis:**

Con los resultados adquiridos es evidente que prefieren comprar las prendas jeans en un local motivo por el cual la empresa distribuirá su producto a los diferentes locales, centros comerciales y al consumidor final en este caso será a los obreros y mecánicos del cantón Pelileo,

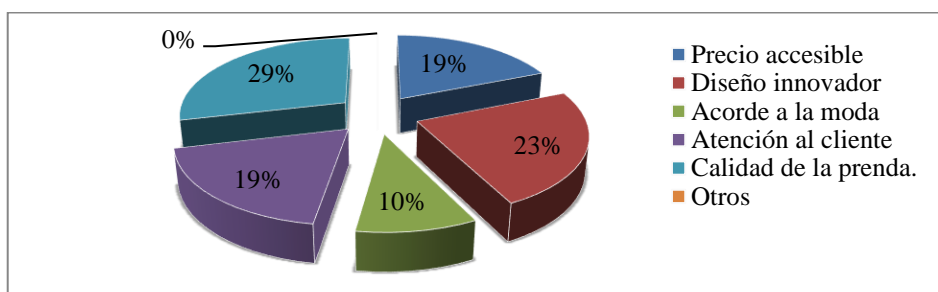
**Pregunta 4.-** ¿Qué atributos considera de mayor importancia cuando compra una prenda jean?

**Cuadro N°14:** Atributos que considera de mayor importancia.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio accesible	68	19%
Diseño innovador	85	23%
Acorde a la moda	35	10%
Atención al cliente	68	19%
Calidad de la prenda.	103	29%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo.



**Gráfico N°5:** Atributos que considera de mayor importancia.

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo.

### Interpretación:

De los 359 encuestados, el 29% manifiesta que los atributos de mayor importancia cuando compran una prenda jean es la calidad de la prenda, el 23% destacan el diseño innovador, el 19% lo comparten en igual porcentaje, el precio accesible y la atención al cliente, en tanto que el 10% dicen acorde a la moda.

### Análisis:

La calidad de la prenda es el factor que más resalta para la compra de una prenda jeans por lo tanto la empresa estará enfocada en realizar un control de calidad durante el proceso de elaboración de la prenda jeans no lavable para lo cual contará con personal idóneo y constante capacitación para satisfacer las expectativas del consumidor.

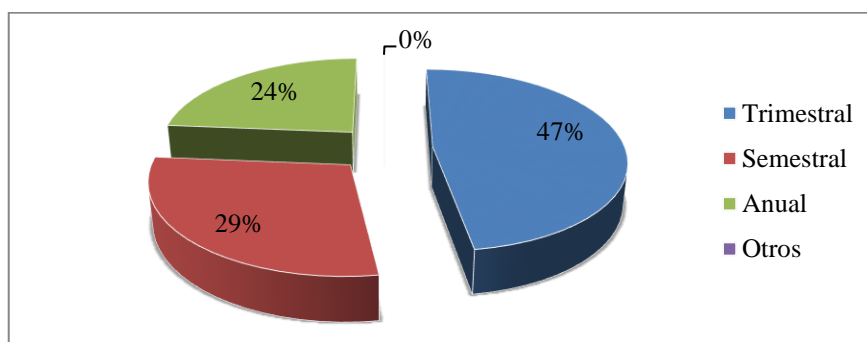
**Pregunta 5.-** ¿Cuál es su frecuencia de compra en una prenda jean?

**Cuadro N°15:** Frecuencia de compra.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Trimestral	171	47%
Semestral	103	29%
Anual	85	24%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo.



**Gráfico N°6:** Frecuencia de compra.

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo.

### **Interpretación:**

De un total de 359 encuestados, el 47% dicen que su frecuencia de compra en una prenda jean es trimestral, el 29% afirman semestral y el 24% restante mencionan que su frecuencia de compra es anual.

### **Análisis:**

De modo trimestral es la frecuencia de compra de prenda jean de los encuestados por ende es notorio que esto se convierte en una ventaja para la empresa porque significa que el cliente comprará en este periodo de tiempo y al ser un producto novedoso generará una rápida aceptación sobre todo para los obreros y mecánicos del cantón Pelileo.

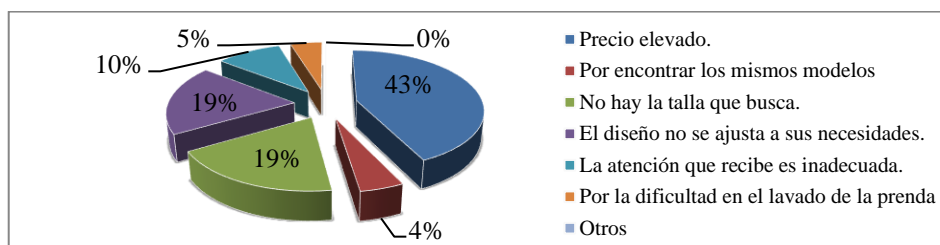
**Pregunta 6.-** ¿Cuáles son las razones por las que no compraría una prenda jean?

**Cuadro N°16:** Razones por las que no compraría una prenda jean.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio elevado.	154	43%
Por encontrar los mismos modelos	17	4%
No hay la talla que busca.	68	19%
El diseño no se ajusta a sus necesidades.	68	19%
La atención que recibe es inadecuada.	35	10%
Por la dificultad en el lavado de la prenda	17	5%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo.



**Gráfico N°7:** Razones por las que no compraría una prenda jean.

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo.

**Interpretación:**

Como se observa en la ilustración gráfica, del 100% de encuestados, el 43% señalan que las razones por las que no compraría una prenda jean son por el precio elevado, el 19% es compartido por la opción no hay la talla que buscan y por el diseño que no se ajusta a sus necesidades, el 10% dicen la atención que recibe es inadecuada, el 5% escogen la alternativa por la dificultad en el lavado de la prenda, y el 4% manifiestan por encontrar los mismos modelos.

**Análisis:**

El precio elevado es una razón por la cual no comprarían una prenda jean, entonces en la empresa se manejará un precio accesible para el consumidor de tal manera que este no se convierta en un elemento negativo para la aceptación del cliente ante el producto.

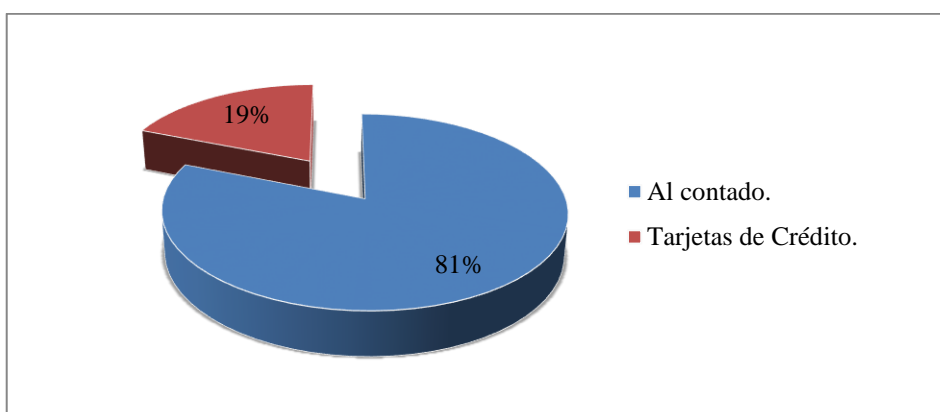
**Pregunta 7.-** ¿Cuándo compra un pantalón jean la forma de pago que le gustaría recibir es?

**Cuadro N°17:** Forma de pago.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Al contado.	291	81%
Tarjetas de Crédito.	68	19%
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo.



**Gráfico N°8:** Forma de pago.

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo.

### **Análisis:**

El 81% de los encuestados cuando compra un pantalón jean la forma de pago que le gustaría recibir es al contado, el 19% manifiestan a través de tarjetas de crédito.

### **Interpretación:**

Al contado es la forma de pago que prefieren la mayoría de encuestados a la hora de comprar un pantalón jean porque en ciertos casos debido a su economía actual no poseen una tarjeta de crédito argumento válido para la empresa puesto que es así como se efectuará este procedimiento para mayor facilidad del cliente.

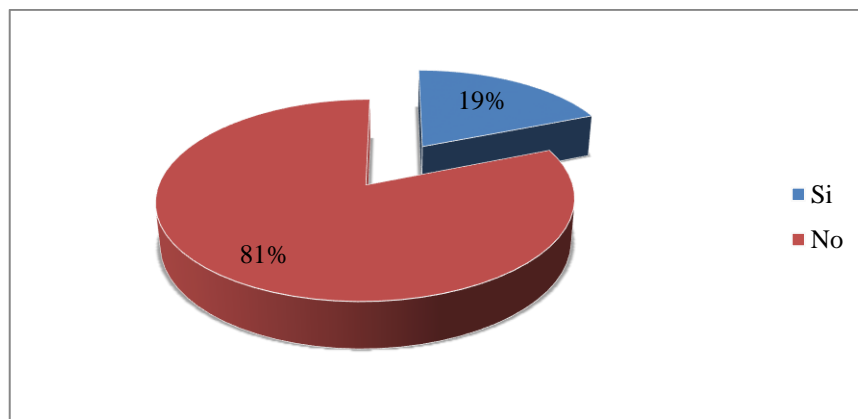
**Pregunta 8.-** ¿Conoce Usted acerca de prendas jeans no lavables?

**Cuadro N°18:** Conoce acerca de prendas jeans no lavables.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	68	19%
No	291	81%
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo.



**Gráfico N°9:** Conoce acerca de prendas jeans no lavables.

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo.

### **Interpretación:**

Como se puede ver en base a la pregunta propuesta el 81% no conoce acerca de prendas jeans no lavables, y el 19% dicen que sí.

### **Análisis:**

En mayor porcentaje los encuestados ratifican que no conocen prendas jeans no lavables lo que implica que es factible la creación de la empresa para la elaboración de este producto que contará con aspectos innovador como es el caso de ofrecer una prenda que permanezca limpia por un cierto tiempo, además de garantizar un control de calidad en su proceso.

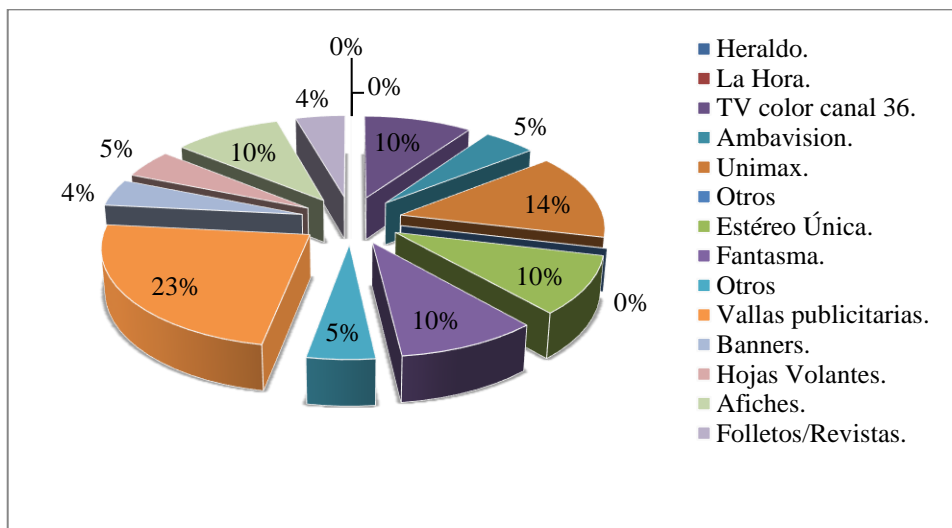
**Pregunta 9.-** ¿En qué medios de publicidad le gustaría que se promocioe las prendas jeans no lavables?

**Cuadro N°19:** Medios de publicidad.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>Anuncios en la prensa.</b>		
Heraldo.	0	0%
La Hora.	0	0%
<b>Televisión.</b>		
TV color canal 36.	35	10%
Ambavision.	17	5%
Unimax.	51	14%
Otros	0	0%
<b>Radio.</b>		
Estéreo Única.	35	10%
Fantasma.	35	10%
Otros	17	5%
Vallas publicitarias.	85	23%
Banners.	16	4%
Hojas Volantes.	17	5%
Afiches.	35	10%
Folletos/Revistas.	16	4%
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo.



**Gráfico N°10:** Medios de publicidad.

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo.

**Interpretación:**

El 23% de los encuestados afirman que los medios de publicidad en que les gustaría que se promoció las prendas jeans no lavables son en vallas publicitarias, el 14% manifiestan en Unimax, 10% dicen en TV color canal 36, en la radio estéreo única, fantasma, el 5% mencionan en Ambavision, en otras radios, y por hojas volantes, y el 4% restante prefieren los banners y los folletos/revistas.

**Análisis:**

Los medios de publicidad se convierten en el mejor mecanismo para dar a conocer un producto o servicio, por lo tanto se puede destacar que las vallas publicitarias es el medio en cual a los encuestados les gustaría que se promoció las prendas jeans no lavables por ser un medio que las personas lo ven y su colocación es personalizada al ser ubicada en un sitio donde se cree que va a causar mayor impacto, la empresa efectuará publicidad en este espacio a más de promocionarse en la radio estéreo única, para dar a conocer las prendas jeans no lavables en el Cantón Pelileo.



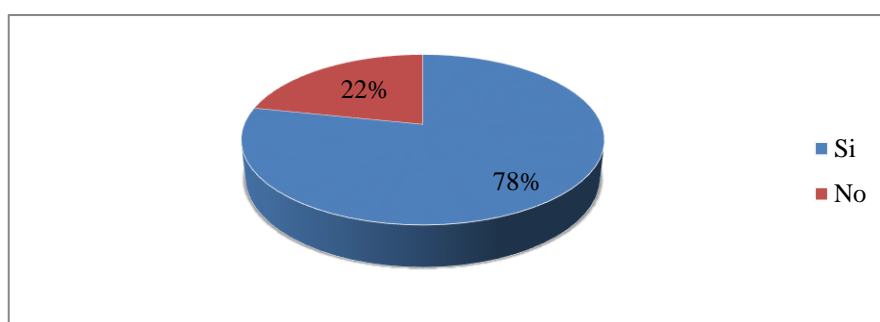
**Pregunta 10.-** ¿Considera Usted que si existiera una empresa dedicada a la producción de prendas jeans no lavables en el Cantón Pelileo beneficiaría al sector textil?

**Cuadro N°20:** Empresa dedicada a la producción de prendas jeans no lavables.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	281	78%
No	78	22%
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo.



**Gráfico N°11:** Empresa dedicada a la producción de prendas jeans no lavables.

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo.

### **Interpretación:**

El 100% de los encuestados, el 78% dicen que, si existiera una empresa dedicada a la producción de prendas jeans no lavables en el Cantón Pelileo beneficiaría al sector textil, y el 22% afirman lo contrario.

### **Análisis:**

Casi en su mayoría los encuestados están de acuerdo en adquirir las prendas jeans no lavables ya que actualmente no existe una empresa que se dedique a esta producción y por lo mismo será una ventaja para el sector y por tanto viable la implementación del estudio investigativo.

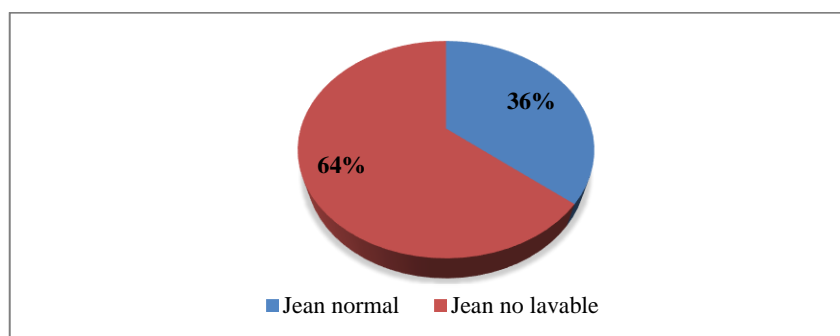
**Pregunta 11.-** ¿En el momento de comprar un jean, usted prefiere el jean normal o un jean no lavable?

**Cuadro N°21:** Preferencia de compra en el jean normal o no lavable

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Jean normal	129	36%
Jean no lavable	230	64%
<b>TOTAL</b>	<b>359</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo.



**Gráfico N°12:** Preferencia de compra en el jean normal o no lavable

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo.

### **Interpretación:**

Del total de la población encuestada el 64% mencionan que al momento de comprar un jean ellos comprarían un jean no lavable, y el 36% restante dijeron que comprarían un jean normal.

### **Análisis:**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la preferencia de compra por los potenciales clientes existe una gran ventaja porque por medio de este proyecto las personas comprarían más una prenda jean no lavable, para efecto de esta empresa se verá obligada a producir este tipo de productos para satisfacer las necesidades distintas que posee el mercado objetivo.

### 1.2.2 Demanda Potencial

(Grajales, 2010), manifiesta que:

La demanda potencial hace relación a la demanda que se lograría si se cumpliesen ciertas condiciones, que actualmente no se presentan en el mercado. Sin embargo, en una economía de mercado este concepto no tiene mucho sentido. Así la demanda potencial estimada en base a los requerimientos de las prendas de jean que la población utiliza, solo sirve como punto de referencia con relación a la demandad actual.

Para el análisis de la demanda por ser una empresa nueva se ha tomado al mercado objetivo, y para su proyección de los siguientes años con la tasa de crecimiento poblacional nacional 2016 que es 1,37%.

Se ha tomado en cuenta la pregunta 10 ¿Considera Usted que si existiera una empresa dedicada a la producción de prendas jeans no lavables en el Cantón Pelileo beneficiaria al sector textil?, se toma la opción la opción **SI**, considerando que el total del mercado objetivo es 5.634 entendidos como mecánicos y obreros del cantón Pelileo.

**Cuadro N°22:** Datos para la demanda

Opciones	Frecuencia	%	Mercado objetivo
<b>Si</b>	<b>281</b>	<b>78%</b>	$5.634 * 78\% = 4395$
No	78	22%	
	359	100%	

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Encueta

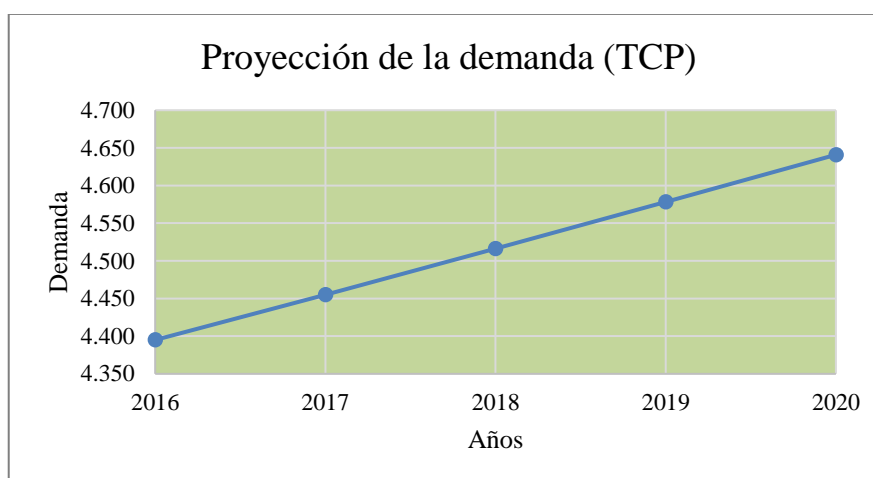
**Cuadro N°23:** Proyección de la demanda (TCP)

<b>Años</b>	<b>Demanda</b>
2016	4.395
2017	4.455
2018	4.516
2019	4.578
2020	4.641

**TCP=** 1.37%

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** INEC (2014)



**Gráfico N°13:** Proyección de la demanda (TCP)

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Cuadro N°23

Con el resultado del cálculo de la proyección de la demanda para la empresa de producción de jeans no lavables, tomando en cuenta la tasa de crecimiento poblacional según el INEC (2014) 1,37%, se estimada una demanda de 4.395 personas para el año 2016 y para el 2020 una demanda de 4.641.

### 1.3 ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE

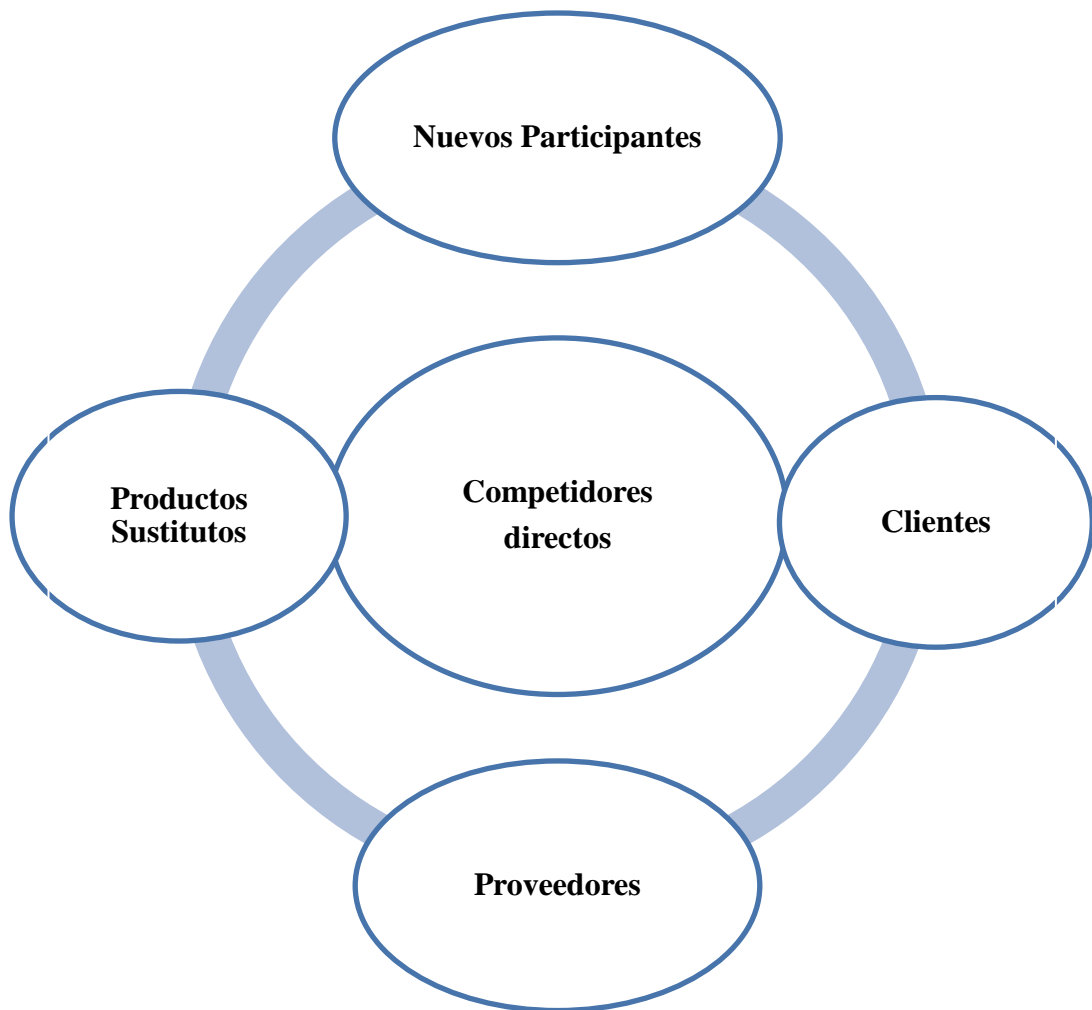
#### 1.3.1 Análisis del micro ambiente

(Dvoskin, 2004), revela que:

En su esquema la existencia de cinco fuerzas que actúan sobre una organización. Estas cinco fuerzas, si bien son todas potencialmente competitivas, se mueven

sobre dos ejes perpendiculares. El primero de ellos se refiere a los factores vinculados al sector económico en el que la empresa desarrolla su accionar. El análisis necesario aquí compromete a la totalidad del sector: su estructura, las barreras de ingreso al negocio, los promedios de rentabilidad. El pensamiento subyacente es que siempre es posible generar un nuevo equilibrio de fuerzas en el que otros competidores cobren importancia o donde los servicios o productos considerados sustitutos reemplacen al propio.

Para el análisis micro ambiente se hará en base a la aplicación de las 5 fuerzas Competitivas según Porter lo cual se debe conocer los elementos importantes o principales del mercado que intervienen en el sector textil.



**Gráfico N°14:** Las 5 Fuerzas de Porter  
**Fuente:** (Dvoskin, 2004)  
**Elaborado por:** Fernando Tipan.

- **Competidores directos:** son empresas que ofrecen los jeans no lavables en este caso no existe competencia directa para la creación de la empresa de producción de jeans no lavables, pero si habrá competencia directa están “Blue Jean” y “Avitus” que ofrecen todo tipo de productos jeans entre ellos pantalones, faldas, camisas, chalecos, vestidos, entre otros.
- **Nuevos participantes:** son las empresas con capacidad de entrar a competir con la empresa productora de jeans no lavables.
- **Clientes:** serán los obreros y mecánicos que tengan la necesidad de que su prenda jean dure en el lavado para más duración en su uso ya sea en su trabajo.
- **Proveedores:** serán las personas o empresas que suministren lo necesario para la elaboración del jean no lavable, entre los proveedores están los de cierres, botones, hilos, telas, químicos, marquillas, etiquetas, cueros, maquinaria, lavandería, tinturado, manualidades en jean.
- **Productos sustitutos:** son aquellas empresas que pueden aparecer para cubrir las mismas necesidades de la empresa de producción de jeans no lavables en el Cantón Pelileo.

### 1.3.2 Análisis del macro ambiente

Para el análisis macro ambiente será necesario hacer un estudio de elementos importantes tanto interno como externo para la empresa de producción de jeans no lavables, en base a las matrices EFI, EFE y la matriz MPC.

**Cuadro N°24: Matriz EFI**

<b>Factores Críticos</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Total Peso Ponderado</b>
<b>FORTALEZAS</b>			
Calidad en el producto	0.18	3	0,54
Precios cómodos	0.10	4	0.40
Mano de obra especializada	0.09	4	0.36
Infraestructura y espacio físico	0.05	3	0.15
Producto innovador	0.14	4	0.56
<b>Subtotal</b>	<b>0,56</b>		<b>2,01</b>
<b>DEBILIDADES</b>			
Insuficiencia en el capital requerido	0.13	2	0.26
Falta de experiencia comercial	0.12	3	0,36
Ignorancia sobre las estrategias y precios de la competencia.	0.09	2	0,18
Costes unitarios elevados	0.10	1	0,10
<b>Subtotal</b>	<b>0,44</b>		<b>0,90</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>2,91</b>

**Elaborado por:** Fernando Tipán.

**Fuente:** Investigación de campo (2016)

Los valores de las calificaciones son los siguientes: 1) menor debilidad, 2) mayor debilidad, 3) menor fuerza, 4) mayor fuerza.

Los totales ponderados por muy debajo de 2.5 caracterizan a la empresa, que son débiles en lo interno, mientras que las calificaciones muy por arriba de 2.5 indican una posición interna fuerte. Prácticamente porque el proyecto es nuevo en el mercado se encuentra en una posición interna fuerte que favorece a la creación de la empresa de producción de jeans no lavables.

**Cuadro N°25: Matriz EFE**

<b>Factores Críticos</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Total Peso Ponderado</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>			
Crecimiento en el mercado	0,09	4	0.36
Alianzas estratégicas con los proveedores y mejorar los costes de producción.	0.11	4	0.44
Mejoramiento del poder adquisitivo de los clientes.	0.20	3	0.60
Adquirir nuevas tecnologías de fabricación	0.05	2	0.10
Apertura a nuevas fuentes de empleo.	0.10	3	0.30
<b>Subtotal</b>	<b>0,55</b>		<b>1,80</b>
<b>AMENAZAS</b>			
Aparición de competidores directos	0.14	3	0.42
Mejores ofertas por parte de la competencia	0.08	3	0,24
Situación política inestable en el país	0.13	2	0,26
Incremento en los impuestos	0.10	3	0,30
<b>Subtotal</b>	<b>0,45</b>		<b>1,22</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>3,02</b>

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo (2016)

Los valores de las calificaciones son los siguientes: 1) menor debilidad, 2) mayor debilidad, 3) menor fuerza, 4) mayor fuerza.

Los totales ponderados por muy debajo de 2.5 caracterizan a la empresa, que son débiles en lo interno, mientras que las calificaciones muy por arriba de 2.5 indican una posición interna fuerte. Para el presente plan de negocios de la producción de jeans no lavables en el cantón Pelileo, por ser un proyecto nuevo en el mercado también tendrá que enfrentar factores externos, que en este caso con los resultados de esta matriz se encuentra en una posición fuerte externamente, que más adelante talvez se conviertan en elementos incontrolables para el negocio, en este caso la empresa deberá fijar estrategias para enfrentar dichas amenazas.



**Cuadro N°26: Matriz MPC**

Factores Críticos para el Éxito	Peso	Empresa de producción de jeans no lavables		Blue Jean		Detalles y Colores	
		Calif	Peso Ponderado	Calif	Peso Ponderado	Calif	Peso Ponderado
Calidad de producto (patronaje y diseño)	0.30	3	0.90	4	1.20	3	0.90
Servicio de calidad	0.15	3	0.45	3	0.45	3	0.45
Imagen Empresarial	0.10	2	0.20	3	0.30	2	0.20
Precio	0.10	3	0.30	4	0.40	4	0.40
Productividad	0.15	2	0.30	3	0.45	4	0.60
Canal comercial directo	0,20	1	0,20	1	0,20	3	0,60
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>		<b>2.35</b>		<b>3.00</b>		<b>3.15</b>

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo (2016)

Los valores de las calificaciones son los siguientes: 1) menor debilidad, 2) mayor debilidad, 3) menor fuerza, 4) mayor fuerza.

Con los resultados de la matriz MPC la ponderación más fuerte es de la empresa “Detalles y Colores”, la cual se convierten en la competencia más fuerte para la nueva empresa de producción de jeans no lavables en el cantón Pelileo, de hecho, con el plan de negocios se debería fijar estrategias de diferenciación para competir ante esta organización, y de esta manera poder cubrir las necesidades del mercado potencial.

### 1.3.3 Proyección de la Oferta

(Spencer & Milton, 1993), expresan que:

La oferta es una relación que muestra las distintas cantidades de una mercancía que los vendedores estarían dispuestos y serían capaces de poner a la venta a

precios alternativos durante un periodo dado de tiempo, suponiendo que todas las demás cosas permanecen constantes.

El propósito del análisis de la oferta es determinar y medir las condiciones de una economía, mediante el estudio de varios elementos cualitativos y cuantitativos de la competencia. Es por esta razón que en el presente proyecto para el estudio de la oferta se basa en la pregunta 11 ¿En el momento de comprar un jean, usted prefiere el jean normal o un jean no lavable? de la encuesta plantada para el mercado objetivo (5.634) personas entre obreros y mecánicos del cantón Pelileo,

**Cuadro N°27:** Datos para la oferta

Opciones	Frecuencia	%	Mercado objetivo
Jean normal	57	36%	$5.634 * 64\% = 3.606$
Jean no lavable	302	64%	
Total			

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Encuesta pregunta 11

Para el cálculo de la proyección de la oferta se tomará en consideración el 64% que contestaron por el jean no lavable, con la tasa de crecimiento poblacional según el INEC (2014) 1,37%.

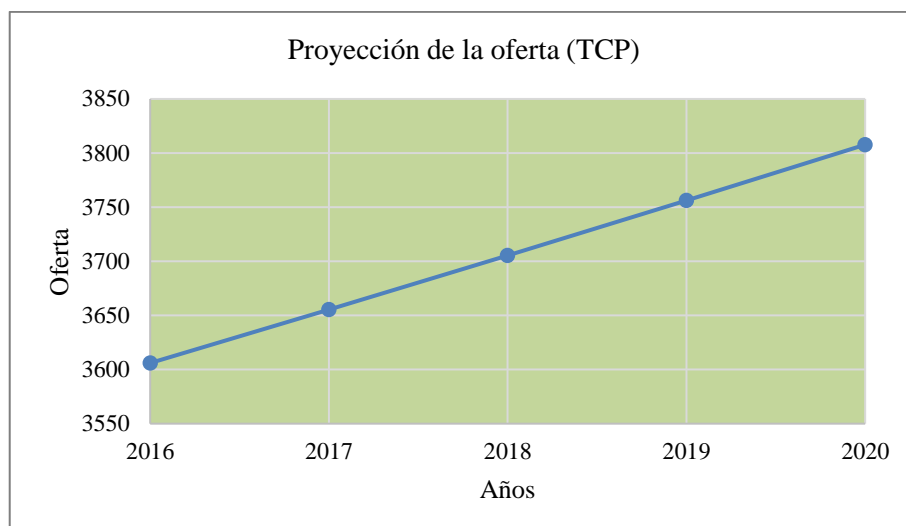
**Cuadro N°28:** Proyección de la Oferta

Años	Oferta
2016	3606
2017	3655
2018	3705
2019	3756
2020	3808

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** INEC (2014)

TCP= 1,37%



**Gráfico N°15:** Proyección de la oferta

**Fuente:** Cuadro N°27

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

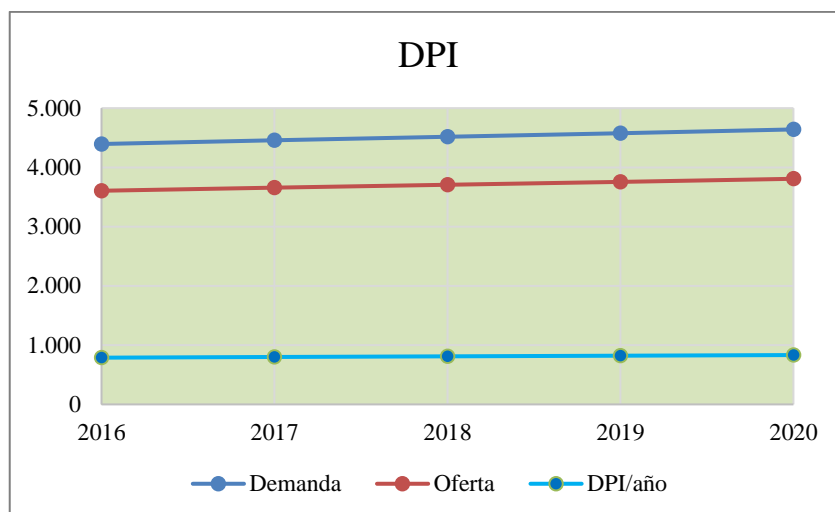
Según el gráfico de la proyección de la oferta con la tasa el crecimiento poblacional 1,37% según el INEC, se considera que para el año 2016 habrá una oferta 3606 de prendas de jeans no lavables, y para el año 2020 de 3808 jenas no lavables, lo cual representa una oferta positiva para el negocio.

#### 1.4 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

**Cuadro N°29:** Demanda potencial insatisfecha

Años	Demanda	Oferta	DPI/año	DPI/día
2016	4.395	3.606	789	2,19
2017	4.455	3.655	800	2,22
2018	4.516	3.705	811	2,25
2019	4.578	3.756	822	2,28
2020	4.641	3.808	833	2,31

**Elaborado por:** Fernando Tipan.



**Gráfico N°16:** Demanda potencial insatisfecha

**Fuente:** Cuadro N°27

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

En mención al cálculo de la DPI el presente proyecto con la creación de la empresa de producción de jeans no lavables podrá cubrir una demanda potencial insatisfecha de 789 en el 2016, mientras que para el año 2020 de 833, esto representa que la empresa debe invertir una gran cantidad para poder cubrir esta demanda potencial insatisfecha en el mercado.

## 1.5 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Torres y Córdova (2008) definen a la promoción como “un conjunto de acciones diversas de tipo comercial cuya utilización se sitúa en el marco de una política de marketing dirigida principalmente al desarrollo de la ventas a corto plazo”.

La promoción es un incentivo independiente de la publicidad. De hecho, la publicidad es sí hace vender porque consigue penetrar en la mente del consumidor el prestigio de una marca o la imagen de calidad de un producto, es decir, la publicidad informa y motiva, y después, vende. Por el contrario, la promoción impulsa a la venta de modo inmediato, pues es un medio de acción a corto plazo.

La promoción y publicidad para el proyecto se hará mediante la utilización de algunos métodos particulares de promoción para que las prendas puedan ser

distribuidas y comercializadas en los locales comerciales y distribuciones exclusivos y por ende la venta directa a los obreros y mecánicos del cantón Pelileo, para esto se procederá al arriendo de un local para su respectiva comercialización.

Con respecto a la información recolectada de los clientes potenciales la promoción y publicidad se hará dos vallas publicitarias ubicadas a la entrada del cantón Pelileo, tomando en cuenta la vía de Ambato, Salasaca y otra a la salida de Pelileo con destino a Baños. La convergencia del mensaje en este medio publicitario debe estar orientado a llamar la atención, generar interés y deseo de participar, involucrarse y viralizar el mensaje.

La empresa de producción de jeans no lavables también se dará a conocer mediante la radio Stereo Única 98,1 FM siendo una de las radios más escuchadas en el cantón Pelileo.

Otro de los medios que tratará de motivar al consumidor a acceder y recomendar sobre la información de la empresa, estará mediante un fan page en Facebook lo cual será la manera más fácil para viralización del mensaje, ya que en la actualidad la red social Facebook es un arma muy poderosa para comunicación e información detallada sobre un producto.

A continuación, se detalla la valla publicitaria que utilizará la empresa de producción de jeans no lavables:



**Imagen N°1:** Valla publicitaria  
**Elaborado por:** Fernando Tipan.

El fan page en Facebook será el siguiente:



**Imagen N°2:** Fan page de Facebook  
**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Cuadro N°30:** Presupuesto del plan de medios publicitarios

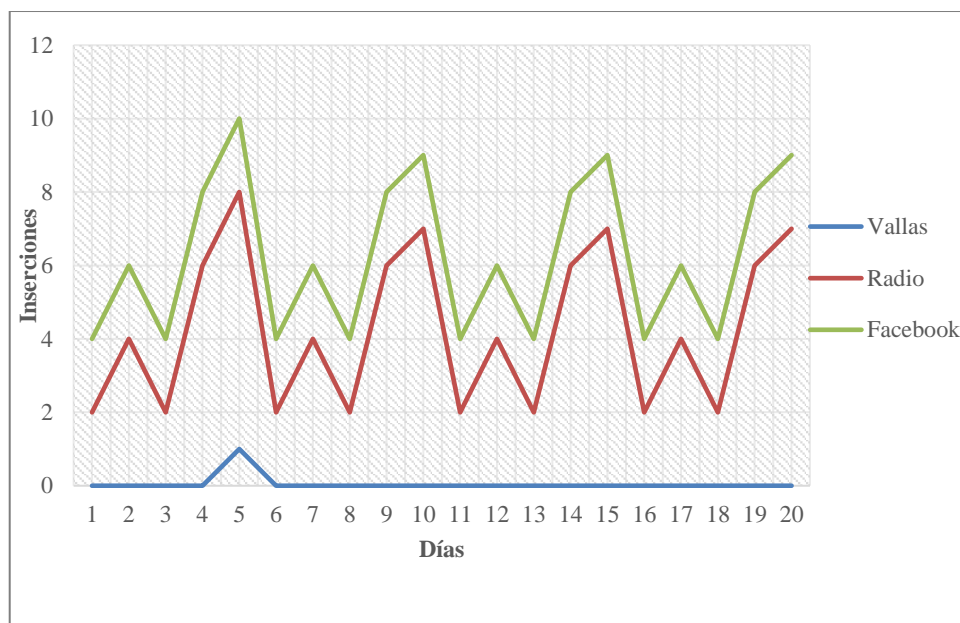
Medios de comunicación	Nombre del medio de comunicación	Presupuesto	Inserción
Valla publicitaria	Valla vía pública parantes al piso 10x4 mts.	\$2000	1
Radio	Stereo única 98,1 FM	\$420	84
Medios especiales	Facebook	\$80	40

**Elaborado por:** Fernando Tipán.

**Cuadro N°31:** Cronograma mensual

# de inserciones	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V	L	M	M	J	V
1					1															
84	2	4	2	6	7	2	4	2	6	7	2	4	2	6	7	2	4	2	6	7
40	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

**Elaborado por:** Fernando Tipán.



**Gráfico N°17:** Intensidad de inserciones publicitarias

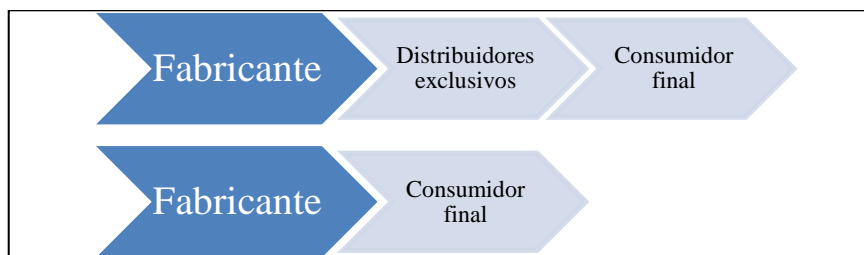
**Elaborado por:** Fernando Tipán.

## 1.6 SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN

La empresa de producción de jeans no lavables ubicada en el Cantón Pelileo, se basa en los siguientes canales de distribución:

### 1.6.1 Tipos de canales de distribución

#### Canal Directo

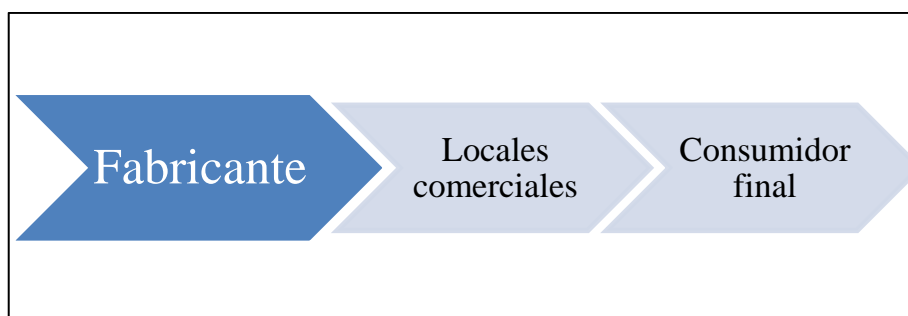


**Gráfico N°18:** Canal de distribución directo

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

La empresa utilizará el canal directo una de las formas de este canal será del fabricante, a distribuidores exclusivos, donde los consumidores finales podrán encontrar con facilidad las prendas jeans no lavables. Otra manera de vender el producto es de la empresa al consumidor final para ello es necesario proporcionar suficiente información en la red social Facebook, para que el cliente sepa de los productos y contactos de la empresa.

#### Canal Indirecto



**Gráfico N°19:** Canal de distribución indirecto

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

La empresa también contará con un canal de distribución indirecto para la venta de sus productos, estos son en locales comerciales del Cantón Pelileo, y a futuro en otros lugares de la provincia también a nivel nacional, para esto una de las maneras de cerrar las ventas será mediante vías telefónicas, o correos electrónicos.



## 1.7 SEGUIMIENTO DE CLIENTES

Para la empresa de producción de jeans no lavables será importante mantenerse siempre en contacto con el cliente, para la cual se pedirá información de los representantes de locales comerciales, algunos obreros y mecánicos quienes son los sujetos directos que frecuentarán su compra en el punto de venta de la empresa es decir en el local propio con que contará la organización. Con el único propósito de tener información necesaria de los clientes para mantenerlos informados sobre nuevas promociones de los productos, esto se podrá hacer por vía telefónica, y personalmente, además la empresa contará también con un buzón de sugerencias para los clientes y de esta manera conocer el nivel de satisfacción de los consumidores.

**Cuadro N°32:** Formato de seguimiento a los clientes

Nombres del cliente	Teléfono	Correo electrónico	Tipo de cliente				Fecha de compra	Observaciones
			Locales comerciales	Obreros	Mecánicos	Otro		

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

## 1.8 ESPECIFICAR MERCADOS ALTERNATIVOS

Después de la ejecución del presente trabajo en el sector estudiado, se puede emplear las bases sentadas en el proyecto investigativo para promocionar las prendas jeans no lavables a otras zonas geográficas de la provincia de Tungurahua, en este caso sería el cantón Ambato ya que es una ciudad muy comercial y con mucha acogida a este tipo de prendas y de esta manera podemos encontrar muchas personas que se ocupan como obreros y mecánicos.

## **CAPÍTULO II**

### **ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)**

#### **2.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO**

##### **2.1.1 Descripción de proceso de transformación del producto.**

En conformidad a (Cantón, 2010) se define:

Proceso como el conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados. Quiere decir, aplicado a los centros que los procesos son una especie de maquina transformadora cuyas entradas pueden ser materiales, personas, elementos, economía, etc.

Un proceso está compuesto por elementos tales como un input (entrada principal), que representa la salida de otro producto, la secuencia de actividades, y un output (salida) el mismo que va destinado a un usuario o cliente sea interno o externo.

Como se puede considerar los procesos son una forma de organizar el trabajo para lo cual se debe identificar los elementos y factores que intervienen en el mismo por consiguiente se detalla el mapa de procesos de la Empresa dedicada a la producción de prendas jeans no lavables ya que es un diagrama de valor que suministra una representación global –local obligando a posicionar cada proceso en concordancia a la cadena de valor, el mismo que está compuesto por:

### **Proceso Gerencial;**

Este proceso está formado por los métodos necesarios para manejar a la empresa de modo eficiente basado en la coordinación, supervisión y control de la parte gerencial en todas las áreas departamentales con énfasis en la gestión de calidad en lo que respecta a la mano de obra y selección de proveedores, definiendo los objetivos organizacionales, distribuyendo el trabajo del personal, supervisando el desempeño laboral y sobre todo creando un buen ambiente de trabajo, reconociendo la labor que efectúa cada uno para que exista mayor motivación en el rendimiento de sus respectivas funciones.

### **Proceso Operativo;**

Se hace alusión a los procesos vinculados claramente con la elaboración del producto, que consiste en la recepción de tela, cortado, enumeración de las prendas, lavandería, tinturado y acabado, como se describe en el siguiente procedimiento:

#### **Proceso de cortado;**

Se procede con el ingreso de la tela el tiempo es de 4 minutos, se verifica la condición actual de la tela en 3 minutos, se expande la tela encima de la mesa en 3 minutos, elabora los trazos con los molde en 3 minutos, luego se hace el corte en 3 minutos, se cortan las prendas 3 minutos, posteriormente se traslada al área de armado en 4 minutos, se almacena eventualmente la prenda en 3 minutos, para inmediatamente supervisar el buen estado de las piezas en 4 minutos, dando un total de 30 minutos.

#### **Proceso de armado;**

Ingresa las piezas semi-confeccionado en un período de 3 minutos, en ensamblar todas las piezas 2 minutos, en almacenar eventualmente las piezas 5 minutos,

supervisar piezas 4 minutos, trasladar al vehículo las prendas en 5 minutos, retraso en el traslado hacia la lavandería en 14 minutos sumando un total de 33 minutos.

### **Proceso de lavado y tinturado;**

Se desarrolla el desgomado, teñido, fijado, estornado con enzima, cloreado, degranado del ondigo azul, neutralizado, cationizado, abrillantado, suavizado y la aplicación de los químicos específicos denominados Novaclean dg y Novaclean 1170 Bio cada uno en un tiempo de 2 minutos, en almacenar eventualmente la prenda 4 minutos, al igual que en supervisar las piezas en trasladar al vehículo las prendas 5 minutos, retraso en el traslado de regreso hacia la empresa 14 minutos alcanzado un total de 49 minutos.

### **Proceso de acabado;**

Se hace el ingreso de prendas en la empresa en 4 minutos, poner remaches en la prenda 2 minutos, en cuanto a la colocación de cierres en la prenda se lo hace en 1 minuto, en incorporar las etiquetas en cada prenda 1 minuto, en trasladar prenda jeans no lavable terminado a bodega y almacenarlo 4 minutos, en la inspección final 5 minutos, en el transporte del jeans al local para la venta 2 minutos, con un total de 23 minutos.

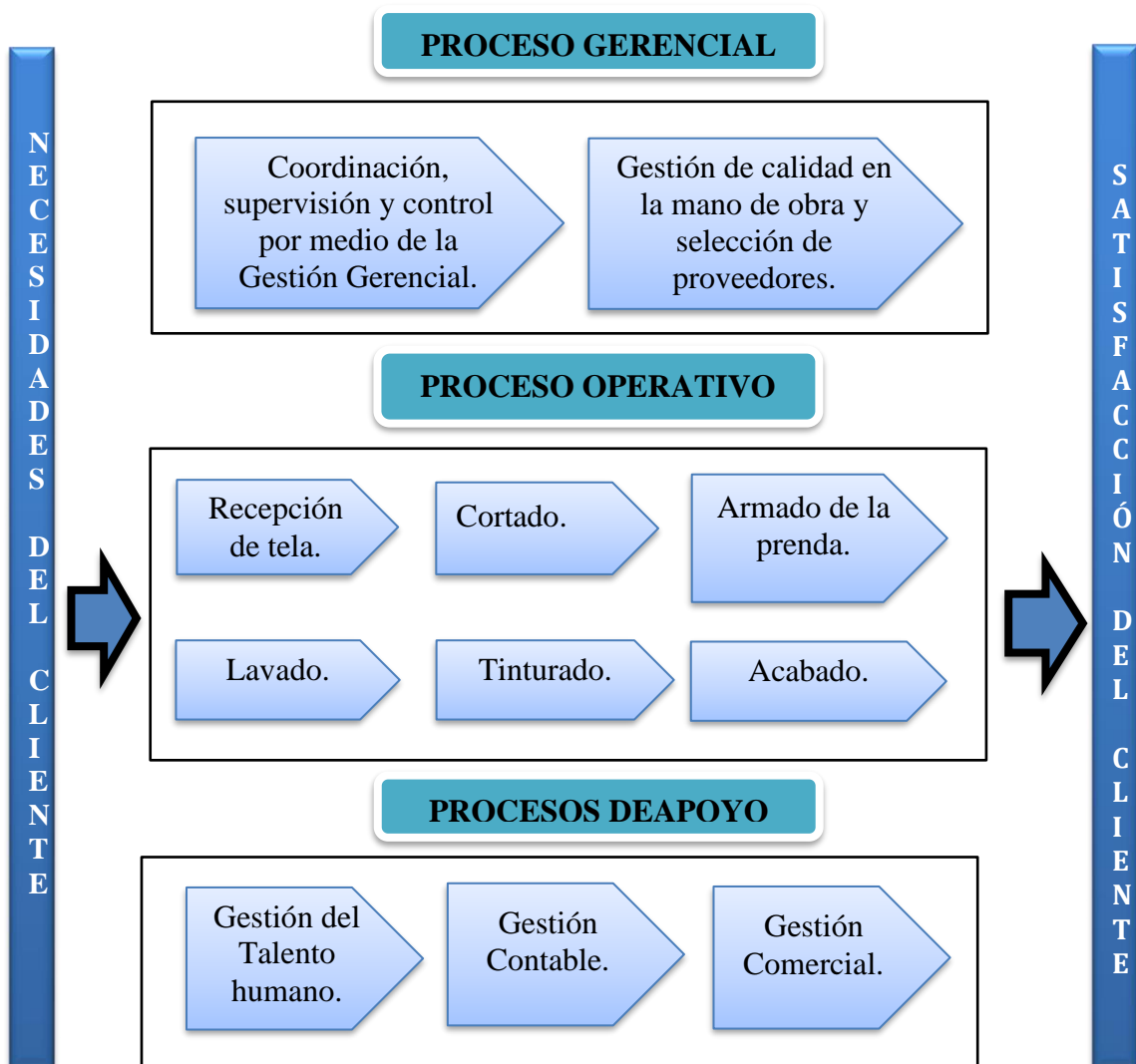
**Cuadro N°33:** Actividades y tiempo del proceso operativo.

<b>ACTIVIDADES.</b>	<b>TIEMPO</b>
<b>CORTADO.</b>	
<b>Total</b>	<b>30 minutos</b>
Ingreso de la tela	4 minutos
Verificar la condición actual de la tela.	3 minutos
Expandir la tela encima de la mesa.	3 minutos
Elaborar los trazos con los moldes.	3 minutos
Elaborar el corte.	3 minutos
Contar las prendas	3 minutos
Trasladar al área de armado.	4 minutos
Almacenar eventualmente la prenda.	3 minutos
Supervisar el buen estado de las piezas.	4 minutos
<b>ARMADO.</b>	
<b>Total</b>	<b>33 minutos</b>
Ingreso piezas semi- confeccionado.	3 minutos
Ensamblar todas las piezas.	2 minutos
Almacenar eventualmente las piezas.	5 minutos
Supervisar piezas.	4 minutos
Trasladar al vehículo las prendas.	5 minutos
Retraso en el traslado hacia la lavandería.	14 minutos
<b>LAVADO Y TINTURADO.</b>	
<b>Total</b>	<b>49 minutos</b>
Desgomado.	2 minutos
Teñido.	2 minutos
Fijado.	2 minutos
Estornado con enzima	2 minutos
Cloreado	2 minutos
Degranado del ondigo azul	2 minutos
Neutralizado	2 minutos
Cationizado	2 minutos
Abrillantado	2 minutos
Suavizado	2 minutos
Aplicar Novaclean dg y Novaclean 1170 Bio.	2 minutos
Almacenar eventualmente la prenda.	4 minutos
Supervisar piezas.	4 minutos
Trasladar al vehículo las prendas.	5 minutos
Retraso en el traslado de regreso hacia la empresa.	14 minutos
<b>TERMINADOS</b>	
<b>Total</b>	<b>23 minutos</b>
Ingreso de prendas en la empresa.	4 minutos
Poner remaches en la prenda.	2 minutos
Poner cierres en la prenda.	1 minuto
Incorporar las etiquetas en cada prenda.	1 minuto
Trasladar prenda jeans no lavable terminado a bodega	4 minutos
Almacenar prenda jeans no lavable en bodega.	4 minutos
Inspección final de los jeans no lavables.	5 minutos
Transporte del jeans no lavables al local para venta.	2 minutos
<b>Total General</b>	<b>2 hr</b>

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

### Proceso de Apoyo;

Y finalmente en el proceso de apoyo la empresa contará con la una adecuada gestión del talento humano que estará encargado de la selección, formación, desarrollo personal, evaluación del desempeño y la compensación del empleado, en la gestión contable se manejará herramientas eficientes en lo concerniente a la información financiera y económica de la empresa y en la gestión comercial se coordinará y velará para que se cumplan los tiempos de entrega y la calidad del producto.

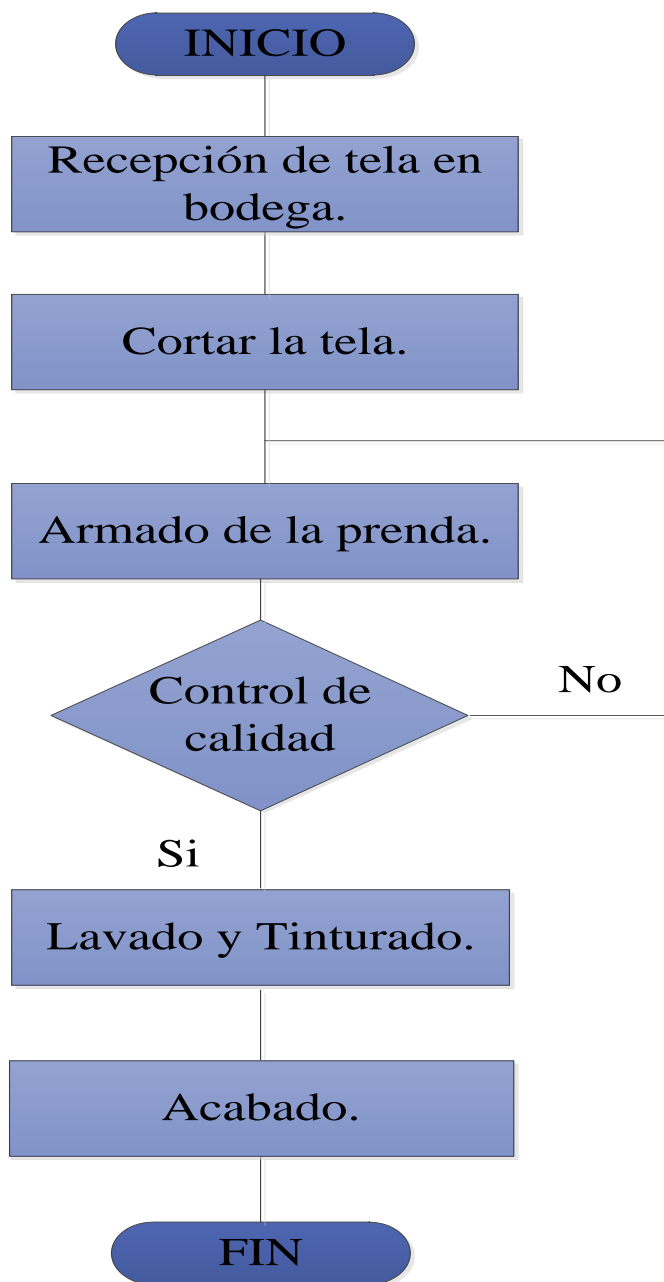


**Gráfico N°20:** Mapa de Procesos.  
**Elaborado por:** Fernando Tipan.

Una vez que se ha diseñado el mapa de procesos se efectúa de igual manera un flujograma que describe las actividades que se realizarán para obtener el proceso productivo del jeans no lavable, estableciendo así un valor agregado puesto que crea una excelente referencia para fijar componentes de control y medición.

En primera instancia se efectuará la recepción de tela en el área de bodega clasificándolo acorde a su textura, de ahí se prosigue a colocar la tela en una mesa específica con ayuda del personal necesario quienes realizarán el tendido de la tela debido a los volúmenes de los rollos que se presentan, una vez hecho esta labor se ubica las plantillas encima la tela doblada, en el cual se ejecutan los trazos e inmediatamente el corte con una máquina cortadora de tela, aquí se adquiere todas las partes indispensables para poder armar.

Entonces luego de ello se ira al área de armado previo a una enumeración y codificación adecuada de cada pieza impidiendo que se pierda o se desordenen posteriormente se lleva las piezas a la máquina armadora uniéndolas entre si procedimiento que está a cargo del operario respectivo. Prontamente el jefe de producción será encargado de realizar el control de calidad del producto terminado evitando imperfecciones, después se envía al lavado y al tinturado, en este se añade unos químicos especiales llamados NOVACLEAN DG y NOVACLEAN 1170 BIO que otorgan al producto mayor permanencia de limpieza por un indudable periodo de tiempo. Y por último se concluye con los acabados en donde se colocan cierres, botones y remaches, se elaboran ojales, y para finalizar se ubican las etiquetas.



<b>Responsable:</b>	Jefe de Producción.
<b>Fecha:</b>	Octubre 2016.
<b>Código:</b>	001

**Gráfico N°21:** Flujograma del proceso de producción del jeans no lavable.  
**Elaborado por:** Fernando Tipan.



### 2.1.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas.






La distribución de instalaciones es una temática relacionada claramente con el mercadeo, con el fin de brindar un producto de calidad al consumidor, ya que se planifica, implementa y controla los flujos físicos de materiales partiendo de su origen hasta el uso o consumo. Está enlazado con el mantenimiento y manejo de los productos en una sucesión de desplazamiento (trasporte) y almacenamiento. Por ende, es notable mencionar que la empresa dedicada a la producción de prendas jeans no lavables estará ubicado en el sector el tambo de Pelileo constará del área administrativa, área de producción, y el área comercial.



**Gráfico N°22:** Distribución física de la empresa.  
**Elaborado por:** Fernando Tipán.

Para establecer el total de los equipos que necesitará la empresa de prendas jeans no lavables se especifica lo siguiente:


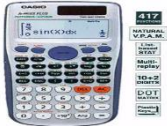


**Cuadro N°34:** Determinación de los equipos.

ACTIVIDAD	EQUIPO	DESCRIPCIONES TÉCNICAS	COSTO
Con la máquina cerradora de codo se realizará el cocido de tiros, cotillas y entrepiernas en forma tubular.	Máquina Cerradora de Codo marca BROTHER. 	Velocidad 4.000 p.p.m diferentes galgas 3/16 y ¼.	\$5.500
La máquina recta será empleada para el armado y pegado de bolsillos, cierres y el relojero.	Máquina Recta marca JUKI. 	Velocidad de costura de hasta 5.500 p.p.m	\$580
Se utilizará para el cocido del borde de la tela para lograr extraordinarios terminados.	Máquina Overlock de 3 hilos marca JUKI. 	Velocidad máxima de costura 7.000 ppm.	\$3.500
Utilizada para el cerrado costuras y con regulación de puntada a botón.	Máquina Overlock de 5 hilos marca JUKI. 	Velocidad máxima de costura 7.000 ppm.	\$1.400
Será aplicable para realizar el atracado de los pasadores esta función es simple y sencilla.	Máquina Atracadora marca SIRUBA. 	Velocidad 2000 puntadas por minuto.	\$2.400
La máquina recubridora servirá para el cocido de bastas de la prenda.	Máquina Recubridora 3 agujas marca KANSAI SPECIAL. 	Alta velocidad de 6000 puntadas por minuto.	\$1.480
Con esta máquina se hará el cortado de la tela jeans, es de uso sencillo.	Cortadora de tela marca HONG SHENG. 	Velocidad 300r/min.	\$500
Estará empleado para el planchado de las pretinas y los bolsillos con una gran emanación de vapor.	Plancha 	Unidad de calentamiento de 110 V. y 1000 W	\$160
<b>Total</b>			<b>\$15.520</b>

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

Para el proceso de producción de prendas jeans que se desarrollará en el área de producción es importante la adquisición de los equipos tales como máquina cerradora de codo marca BROTHER, máquina recta marca JUKI, máquina Overlock de 3 hilos marca JUKI, máquina overlock de 5 hilos marca JUKI, máquina atracadora marca SIRUBA, máquina recubridora 3 agujas marca KANSAI SPECIAL, cortadora de tela marca HONG SHENG, y la Plancha, para obtener un producto terminado de calidad.

**Cuadro N°35: Equipos de Oficina.**

ACTIVIDAD	EQUIPO	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	COSTO
La computadora será utilizada para tener información contable, administrativa, y el seguimiento a los clientes.	Computadora de Escritorio dual core 4ta generación. 	Mb Gygabyte. Memoria de 4 gb. Disco 1 TB Hitachi. Monitor 20 led. Combo case. Dvd writer. Lector de memorias.	\$460
Se utilizará para imprimir varias documentaciones, entre estas esta los informes económicos y financieros de la organización, reportes, solicitudes, etc.	Impresora Epson + Tanques de Tinta. 	Impresora Multifunción Tinta Continua. Epson L365 con Wifi. Imprime desde smartphones y tables.	\$280
Será usada para distintas funciones de cálculos especialmente en el área comercial - ventas de la empresa.	Calculadora Casio. 	Casio Fx-991 es Plus calculadora científica 417 funciones.	\$27
Empelado para sumar las ordenes de pedido e inventario de materia prima, etc.	Sumadora Casio 	Dr-140 Tm. 14 dígitos, imprime con cinta ideal.	\$99
El teléfono servirá como medio de comunicación con los encargados de cada área departamental de la empresa, con los clientes, proveedores, etc.	Teléfono inalámbrico Panasonic Doble Base + Identificador. 	Pantalla 1.6" retroiluminado, modo eco inteligente, ID de timbre, pantalla LCD de 1,6 pulgadas.	\$38
<b>Total</b>			<b>\$904</b>

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

En cuanto a los equipos de cómputo es conveniente contar con computadora de escritorio, impresora, calculadora, sumadora y un teléfono inalámbrico que serán empleados para múltiples acciones por el personal de la empresa netamente en el área administrativa, financiero, contable, etc.

Con respecto a las personas se diseña un cuadro donde se justifica el tiempo (horas hombre) por ocupación para calcular el mínimo de operarios necesarios en cada proceso.

**Cuadro N°36:** Horas hombre del área de producción.

PERSONAS			
ACTIVIDAD	TIEMPO	N°. PERSONAS	HORAS – HOMBRE
Jefe de producción	8 horas	1	40
Operarios	8 horas	5	200

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Cuadro N°37:** Horas hombre del área Administrativa.

PERSONAS			
ACTIVIDAD	TIEMPO	N°. PERSONAS	HORAS – HOMBRE
Administrador/Gerente.	8 horas	1	40
Vendedor	8 horas	1	40
Secretaria/Contadora	8 horas	1	40

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

### 2.1.3 Tecnologías a aplicar

La tecnología a ser aplicada en el actual proyecto está fundamentada en la aplicación de dos compuestos químicos llamados NOVACLEAN DG y NOVACLEAN 1170 BIO que permiten que el producto tenga mayor duración de limpieza pues se podrá conservar sin lavar cerca de dos meses, factor innovador para la empresa destinada a la producción de prendas jeans no lavables y que marcará la diferencia ante otras organizaciones.

Según (INDIQUIMICA, 2016) en su página web establece que:

### **NOVACLEAN DG. (Desengrasante base solvente).**

#### **Características:**

Es una mezcla de tensoactivos no iónicos y solventes que le permiten eliminar grasas y aceites de tipo: animal, mineral o vegetal.

#### **Especificaciones:**

**Producto:** Solución transparente.

**pH:** 6.0-7.0.

**Solubilidad:** Emulsionable en agua.

#### **Beneficios:**

- Posee pronunciado poder dispersante de grasas y suciedades, además de poder emulsionante en un perfecto balance para potenciar su acción en la remoción de grasas y aceites. Es ideal para desengrasar prendas textiles.

Entre sus ventajas se tiene que:

- Desengrasa todos los tipos de telas: nylon, polyester; nuevos o usados.
- Elimina totalmente grasas, partículas de polvo y otras impurezas, sin dañar la tela.

#### **Aplicación:**

Añadir el químico luego del lavado y tinturado de la prenda jeans no lavable.

#### **Almacenamiento:**

Es recomendable que el químico sea almacenado a temperaturas de 20 a 25° C y mantenerlo en envases serrados después de su uso y fuera de la luz directa del sol. Estable al menos doce meses a 20° C en recipientes cerrados.

**Recomendaciones de Seguridad:**

Generalmente no presenta riesgo de la salud. Sin embargo, todas las personas involucradas en su manejo deberán tener las precauciones necesarias para evitar accidentes por: ingestión, inhalación y contacto con la piel. Usar indumentaria: guantes, mascarilla, gafas. En caso de ingestión, acúdase inmediatamente al médico.

**NOVACLEAN 1170 BIO (Detergente descrudante textil)****Características:**

Es un detergente con poder humectante y emulsionante, muy estable a los electrolitos y es biodegradable.

**Especificaciones:**

**Aspecto:** Liquido viscoso amarillento

**pH al 10%:** 7,0-7,1

**Beneficios:**

Es estable en todas las escalas de pH llegando hasta 14, contribuye a la eliminación de toda clase de impurezas, mejorando en alto grado la hidrofiliidad del teñido, así como el grado de blanco que se busca dentro del proceso textil.

**Aplicación:**

Añadir el químico luego del lavado y tinturado de la prenda jeans no lavable.

**Almacenamiento:**

Se recomienda almacenarlo a temperatura de 20 a 25°C y mantenerlo en envases cerrados después de su uso y fuera de la luz directa del sol. Estable al menos doce meses a 20°C en recipientes cerrados.

### **Recomendaciones de Seguridad:**

Generalmente no presenta riesgo a la salud. Sin embargo, todas las personas involucradas en su manejo deberán tener las precauciones necesarias para evitar accidentes por: ingestión, inhalación y contacto con la piel. Usar indumentaria: guantes, mascarilla, gafas. En caso de ingestión, acúdase inmediatamente al médico.

## **2.2 FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES.**

### **2.2.1 Ritmo de producción.**

**Cuadro N°38:** Ritmo de producción mensual del jeans no lavable.

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>N° DE PERSONAS</b>	<b>TIEMPO PROMEDIO</b>	<b>TIEMPO NORMAL</b>	<b>RITMO DE TRABAJO</b>
Total cortado.	2	20 minutos	30 minutos	4 horas.
Total armado.	3	26 minutos	33 minutos	6 horas y 36 min.
Total lavado y tinturado.	1	33 minutos	49 minutos	3 horas y 16 min.
Total acabados.	2	16 minutos	23 minutos	3 horas y 4 min.
<b>Total</b>				<b>16 horas con 56 min. Mensual</b>

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

El ritmo de producción mensual en el proceso productivo del jeans no lavable es 16 horas con 56 minutos.

### **2.2.2 Nivel de inventario promedio**

Es preponderante mencionar que la gestión de los stocks o inventarios es una de las labores claves de la dirección de las empresas industriales. La gestión de stocks o materiales de la empresa incluye desde el límite de la obtención de materias primas hasta el límite en que el comerciante vende el producto terminado al cliente. Para el caso de la empresa dedicada a la producción de prendas jeans no lavables y viendo la necesidad de hacer frente a las demandas de los clientes, tratando de evitar limitaciones en el proceso de producción de la prenda no se

tendrá un nivel de stock. El nivel de producción diaria será 25 unidades por 5 días a la semana laborables, adquiriendo un resultado de 125 unidades y al mes se tendrá 500.

### 2.2.3 Número de trabajadores.

**Cuadro N°39: Requerimiento de Personal.**

Cantidad	Cargo	Funciones
1	Administrador/Gerente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderar la gestión estratégica de la empresa.</li> <li>• Especificar políticas generales de administración, operativa y financiera de la empresa.</li> <li>• Aprobar y controlar el manual de funciones del personal de las diferentes áreas departamentales.</li> <li>• Emitir estados de situación e información de la empresa.</li> <li>• Representar a la empresa ante cualquier acontecimiento.</li> <li>• Velar por el respecto de las normativas y reglamentos actuales.</li> <li>• Proceder con coherencia conforme a los valores organizacionales.</li> </ul>
1	Vendedor	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vender todos los productos que la empresa establezca, según su prioridad.</li> <li>• Cerrar las operaciones de venta a los precios y contextos fijos por la empresa.</li> <li>• Asistir a las reuniones de trabajo a que fuera citado.</li> <li>• Asesorar al cliente acerca de la mejor forma de comprar y emplear el producto.</li> </ul>
1	Jefe de producción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinar y supervisar al personal que se encuentra a su cargo.</li> <li>• Organizar y planear el proceso de producción de la empresa.</li> <li>• Organizar y planificar el abastecimiento de materia prima y la distribución y transporte del producto terminado de la empresa.</li> <li>• Velar por el adecuado funcionamiento de la maquinaria y equipos.</li> <li>• Efectuar planes de mejora continua y de procesos.</li> </ul>
5	Operarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Efectuar las labores relacionadas con el proceso de producción.</li> <li>• Operar y velar por una apropiada utilización de la maquinaria que esta su mando.</li> <li>• Comunicar a tiempo sobre las irregularidades que se presenten al jefe inmediato.</li> <li>• Cooperar con la optimización de los procesos de trabajo dentro del área de producción.</li> </ul>
1	Secretaria/Contable	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener una excelente redacción, facilidad de palabra.</li> <li>• Redactar certificados, oficios, actas, memorando, anuncios etc.</li> <li>• Hacer y recibir llamadas telefónicas.</li> <li>• Realizar informes periódicos de las actividades realizadas.</li> <li>• Organizar, analizar y codificar la información contable de la empresa.</li> </ul>

**Elaborado por:** Fernando Tipan.



Los trabajadores a los cuales se hace mención al administrador/gerente, vendedor, jefe de producción, operarios y la secretaria, serán fijos, con un riguroso proceso de selección del personal por parte del área de RR. HH para crear empleados eficientes en su puesto de trabajo, conforme a cómo vaya avanzando la empresa se analizará la posible contratación de más trabajadores.

## 2.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.

### 2.3.1 Capacidad de Producción Futura.

**Cuadro N°40:** Capacidad de producción del jeans no lavable.

<b>Producción diarios</b>	<b>Producción semanal</b>	<b>Producción mensual</b>	<b>Producción anual</b>
25 unidades	125 unidades	500 unidades	6000 unidades
<b>Total</b>			6000 unidades

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

La capacidad de producción del jeans no lavable parte según el cálculo realizado en el ritmo de producción por lo que da como resultado 6000 unidades anuales.

**Cuadro N°41:** Proyección de capacidad de producción del jeans no lavable.

<b>Tasa de crecimiento poblacional</b>	<b>Capacidad de producción Año 2016</b>	<b>Proyección Año 2017</b>	<b>Proyección Año 2018</b>	<b>Proyección Año 2019</b>	<b>Proyección Año 2020</b>
1,37%.	6000	6082	6165	6249	6335

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

La capacidad de producción futura del jeans no lavable de la empresa ubicada en el Cantón Pelileo para el año 2020 alcanza un total de 6335 unidades, tomando en consideración la tasa de crecimiento poblacional a nivel nacional esta es 1,37% en el año 2014.

## 2.4 DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN.

### 2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.

**Cuadro N°42:** Materia prima directa.

Descripción	Características	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Total
Tela jean denim indigo	Composición: 100% Algodón Descripción: Classic Indigo Denim 13 Oz Ancho: 169 cm	Metro	112	\$5	\$560

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

La materia prima está formada por un tipo de tela llamado denim indigo que se utilizará en el proceso de producción de la prenda jeans no lavable con un costo total de \$560. No existe un grado de sustitución para la materia prima ya que este tipo de tela es el adecuado para la confección de los jeans para los obreros y mecánicos.

Los proveedores con los que se trabajará son:

**Cuadro N°43:** Nómina de Proveedores.

PROVEEDOR	PRODUCTO	DIRECCIÓN	ENTREGA
Distribuciones Zuniga	Cierres, Botones, Remaches, Hilos.	Av. Padre Chacon y Quis Quis	Directa
Impordenim	Telas.	Panamericana Norte Km 6 1/2 y Avellaneda.	Directa
Indiquimica	Químicos.	Parroquia Santa Rosa (San José) Calle Gonzales Suárez Ambato.	Directa
Marquillas y Accesorios	Marquillas, Etiquetas.	Quito.	Directa
Dimar	Cueros.	Darquea 821 – Ambato.	Directa
Maquinas Ambato	Maquinaria.	12 de noviembre 6-44 y Ayllón. Ambato.	Directa
Laboratorio Del Denim	Lavandería, tinturado, manualidades en jean.	Parque Industrial, Calle Quinta S/N, y Avenida F	Directa

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de Campo.

## **2.5 CALIDAD**

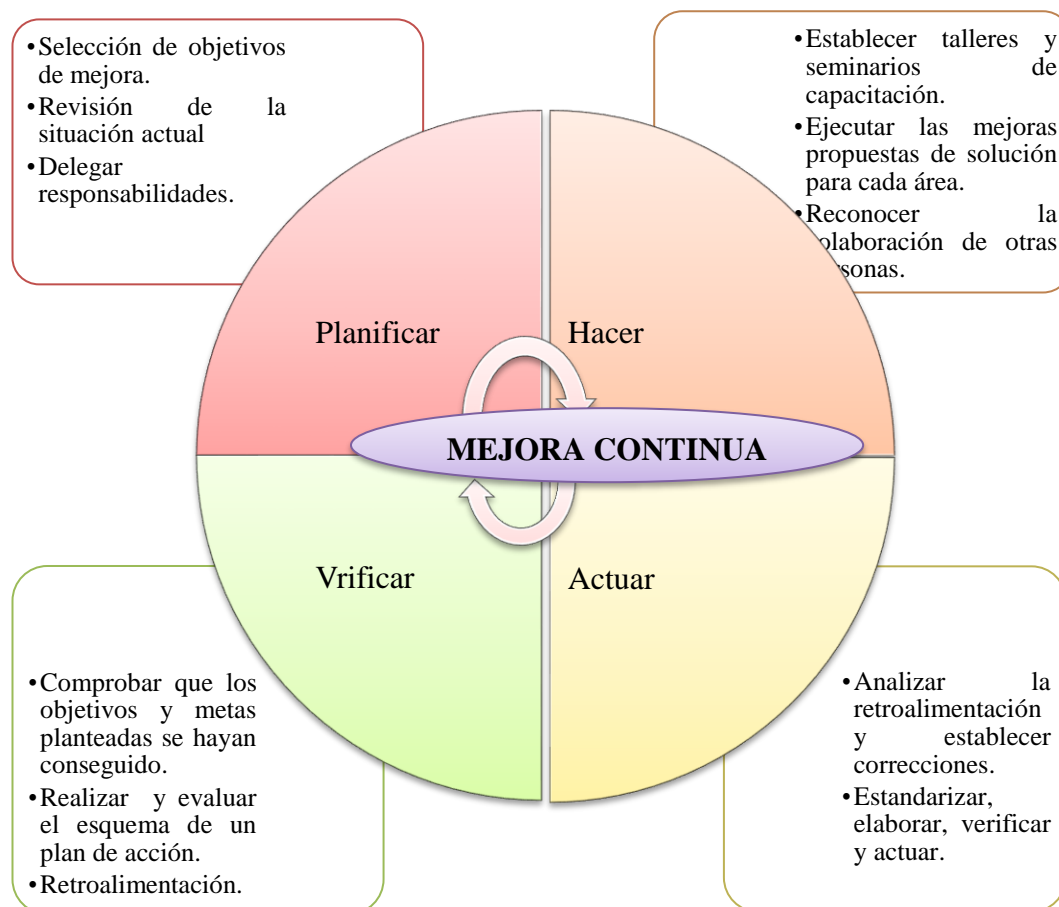
### **2.5.1 Método de Control de Calidad**

Es sustancial señalar que el control de calidad esta cimentado en la implementación de componentes, herramientas y técnicas dentro de la organización para alcanzar una mejora continua en la calidad de los productos o servicios ofrecidos, con el objetivo de satisfacer al máximo los requerimientos y preferencias del cliente. Entre las ventajas de este mecanismo es trascendental indicar que muestran el orden, la importancia y la interacción de los múltiples procesos de la empresa, se efectúan seguimientos más específicos de las operaciones, descubriendo problemas a tiempo para corregirlos posteriormente con mayor facilidad.

El control de calidad que se aplicará en la empresa de producción de prendas jeans no lavables consiste en el método de mejoramiento continuo que permitirá que los procesos en todas sus áreas departamentales sean competitivos convirtiéndose en una ética de vida y de trabajo.

#### **Mejoramiento Continuo:**

Es un estudio que pretende optimizar y elevar la calidad de un producto, proceso o servicio, que faculta a las empresas para que sean más competitivas y tengan un mayor nivel de aceptación ante al cliente.



**Gráfico N°23:** Modelo de Mejora Continua.  
**Elaborado por:** Fernando Tipan.

El método de control de calidad basado en el mejoramiento continuo se compone de 4 etapas son las siguientes:

- **Planificar**

En esta etapa se desarrollará la selección de objetivos de mejora para la producción de prendas jeans no lavables en el área de administración, producción y comercialización. Aquí se manifiestan los motivos por los cuales fueron escogidas, acorde a una revisión de la situación actual, con el apoyo de herramientas de planificación entre estas se cita al Diagrama de Gantt, las 5S, etc., para conseguirlo se delegará responsabilidades a cada uno de los trabajadores así se alcanzará los objetivos proyectados con eficiencia.

- **Hacer**

Esta etapa concierne a la labor de campo de la mejora, se instaura mejoras propuestas de solución para cada área, como valor adicional se establecerá talleres y seminarios de capacitación en los diferentes cargos creando mayor productividad en su desempeño y un ambiente de trabajo agradable, con un índice alto de motivación. Es vital además reconocer la colaboración de otras personas para una toma de decisiones asertivas. Antes de efectivizar este proceso de cambio se empleará una prueba piloto para comprobar su funcionamiento.

- **Verificar**

En la etapa de verificación se comprobará que los objetivos y metas planteadas se hayan conseguido, de no ser así habrá que cambiarlas para adaptarles a los objetivos deseados con el manejo de herramientas de control en las que se encuentran el Diagrama de Ishikawa, check list, cuadro de mando integral, etc. por lo tanto se debe realizar y evaluar el esquema de un plan de acción en el que prevalecerán las iniciativas más importantes para cumplir con lo señalado en cada área, y finalmente se hará una retroalimentación de las acciones a ser ejecutadas de modo que se potencializasen las fortalezas y minimizar las debilidades.

- **Actuar**

En esta última etapa se analizará la retroalimentación para establecer las correcciones del caso que será frecuente, sistematizado, en un espacio privado donde los trabajadores puedan dialogar con comodidad y exista una comunicación fluida, así se puede estandarizar, elaborar, verificar y actuar, para que haya mayor compromiso, se incremente el rendimiento, y principalmente aumenta la percepción y construye cooperación dentro del equipo de trabajo.

A más del método de Mejora Continua se hará la lista de verificación con la finalidad de encortar los problemas en el área de producción para la elaboración de la prenda jeans no lavable, con la aplicación de este instrumento se podrá corregirlos.

**Lista de verificación:** Es una herramienta que se usa en numerosos ámbitos de la gestión de las organizaciones considerando una serie de propiedades de aquello que se presenta para ser estudiado. Se puede aplicar con propósitos de evaluación, control, análisis y obviamente de verificación.

**Cuadro N°44:** Lista de verificación.

<b>PROCESO:</b> Producción de prenda jeans no lavable. <b>RESPONSABLE:</b> Jefe de producción <b>FECHA DE EMISIÓN Y FINALIZACIÓN:</b> 01/09/2016 a 31/10/2016 <b>TOTAL DE ITEMS PRODUCIDOS:</b>		
Defectos	Frecuencia	Total
Inadecuada verificación de la condición actual de la tela.	/// /// //	8
Demora en la supervisión y almacenaje temporal de la prenda.	/// /// ////	10
Insuficiente revisión en el ingreso piezas semi- confeccionado.	/// /// /// /// ///	15
Retraso en el traslado hacia la lavandería.	/// /// ///	9
Deficiencia en la inspección final de los jeans no lavables.	/// /// /// /// ///	15
<b>TOTAL</b>		<b>57</b>

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

Entre los errores que con mayor reincidencia se darían están la inadecuada verificación de la condición actual de la tela, demora en la supervisión y almacenaje temporal de la prenda, insuficiente revisión en el ingreso piezas semi-confeccionado, retraso en el traslado hacia la lavandería, deficiencia en la inspección final de los jeans no lavables, en efecto estos son errores que probablemente se incurría al momento de la fabricación de la prenda jeans no lavable.

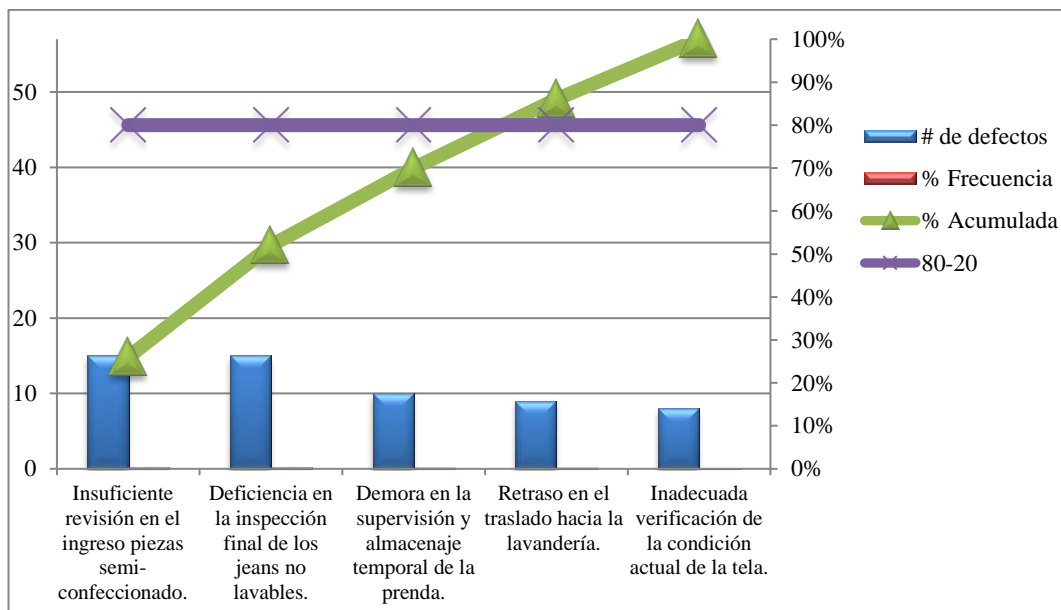
**Cuadro N°45:** Diagrama de Pareto.

<b>PROCESO:</b> Producción de prenda jeans no lavable.			
<b>RESPONSABLE:</b> Jefe de producción			
<b>FECHA DE EMISIÓN Y FINALIZACIÓN:</b> 01/09/2016 a 31/10/2016			
<b>TOTAL DE ITEMS PRODUCIDOS:</b>			
<b>Defectos</b>	<b>N°. de defectos</b>	<b>% Frecuencia</b>	<b>% Acumulada</b>
Insuficiente revisión en el ingreso piezas semi-confeccionado.	15	26%	26%
Deficiencia en la inspección final de los jeans no lavables.	15	26%	52%
Demora en la supervisión y almacenaje temporal de la prenda.	10	18%	70%
Retraso en el traslado hacia la lavandería.	9	16%	86%
Inadecuada verificación de la condición actual de la tela.	8	14%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>57</b>	<b>100%</b>	

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Diagrama de Pareto:** Está constituido por una gráfica de barras que evidencia los problemas según el orden de importancia y frecuencia en (porcentajes), sobre los cuales se deben centrar los esfuerzos de mejora y decidir en qué orden solucionarlos.

Es así que con los resultados alcanzados en la lista de verificación de la fabricación de las prendas jeans no lavables, se procede con la elaboración del diagrama de Pareto que consta del número de defectos de mayor a menor, % frecuencia y la frecuencia acumulada.



**Gráfico N°24:** Diagrama de Pareto.

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

Como se puede evidenciar en la gráfica del diagrama de Pareto existen dos inconvenientes que en este caso serían la insuficiente revisión en el ingreso piezas semi- confeccionado y la deficiencia en la inspección final de los jeans no lavables, aspecto perjudicial para adquirir una prenda de calidad, estos son los dos problemas que están generando el 80% de defectos en la fabricación del producto, entonces se deberá dar prioridad, tiempo, dinero y esfuerzo para remediar estas dos problemáticas.

## 2.6 NORMAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN

### 2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional

El (REGLAMENTO DEL SEGURO GENERAL DE RIESGOS DEL TRABAJO, 2011) estipula:

### CAPÍTULO I GENERALIDADES SOBRE EL SEGURO DE RIESGOS DEL TRABAJO.

**“Art. 1.- Naturaleza. -** De conformidad con lo previsto en el artículo 155 de la Ley de Seguridad Social referente a los



lineamientos de política, el Seguro General de Riesgos del Trabajo protege al afiliado y al empleador, mediante programas de prevención de los riesgos derivados del trabajo, acciones de reparación de los daños derivados de accidentes del trabajo y enfermedades profesionales u ocupacionales, incluida la rehabilitación física y mental y la reinserción laboral.

**Art. 2.- Ámbito de Aplicación.** - Regula la entrega de prestaciones del Seguro General de Riesgos del Trabajo, que cubren toda lesión corporal y estado mórbido originado con ocasión o por consecuencia del trabajo que realiza el afiliado, incluidos los que se originen durante los desplazamientos entre su domicilio y lugar de trabajo.

Son sujetos de protección: el trabajador en relación de dependencia, así como los trabajadores sin relación de dependencia o autónomos que comprende: el trabajador autónomo, el profesional en libre ejercicio, el administrador o patrono de un negocio, el dueño de una empresa unipersonal, el menor trabajador independiente, y los demás asegurados obligados al régimen del Seguro General Obligatorio en virtud de leyes y decretos especiales.

No están amparados los accidentes que se originen por dolo o imprudencia temeraria del afiliado, ni las enfermedades excluidas en el primer anexo del presente reglamento, con excepción de aquellas en las que científicamente o por métodos adecuados a las condiciones y las prácticas nacionales, se establezca un vínculo directo entre la exposición a los factores de riesgo y las actividades laborales.

En el ámbito de la prevención de riesgos del trabajo, regula las actividades laborales en todo el territorio nacional y aquellas que, ocasionalmente o en función del servicio público, se realicen fuera del territorio nacional en cumplimiento de labores de trabajo; integra medidas preventivas en todas las fases del proceso laboral, con el fin de evitar o disminuir los riesgos derivados del trabajo, guardando concordancia con lo determinado en las decisiones de la Comunidad Andina de Naciones.

Las normas establecidas en este reglamento son de cumplimiento obligatorio para los funcionarios y servidores del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, para todas las organizaciones y empleadores públicos y privados, para los afiliados cotizantes al Seguro General de Riesgos del Trabajo y los prestadores de servicios de prevención y de reparación, que incluye la rehabilitación física o mental y la reinserción laboral del trabajador.

**Art. 6.- Accidente de Trabajo.** - Para efectos de este reglamento, accidente del trabajo es todo suceso imprevisto y repentino que

ocasiona al afiliado lesión corporal o perturbación funcional, o la muerte inmediata o posterior, con ocasión o como consecuencia del trabajo que ejecuta por cuenta ajena. También se considera accidente de trabajo, el que sufre el asegurado al trasladarse directamente desde su domicilio al lugar de trabajo o viceversa.

En el caso del trabajador sin relación de dependencia o autónomo, se considera accidente del trabajo, el siniestro producido en las circunstancias del inciso anterior a excepción del requisito de la dependencia patronal. Para los trabajadores sin relación de dependencia, las actividades protegidas por el Seguro de Riesgos del Trabajo serán registradas en el IESS al momento de la afiliación, las que deberá actualizarlas cada vez que las modifique.

Art. 7.- Enfermedades Profesionales u Ocupacionales. - Son las afecciones agudas o crónicas, causadas de una manera directa por el ejercicio de la profesión o trabajo que realiza el asegurado y que producen incapacidad.

Art. 8.- Eventos Calificados como Accidentes de Trabajo. - Para efectos de la concesión de las prestaciones del Seguro de Riesgos del Trabajo, se considera accidente de trabajo:

- a) El que se produjere en el lugar de trabajo, o fuera de él, con ocasión o como consecuencia del mismo, o por el desempeño de las actividades a las que se dedica el afiliado sin relación de dependencia o autónomo, conforme el registro que conste en el IESS;
- b) El que ocurriere en la ejecución del trabajo a órdenes del empleador, en misión o comisión de servicio, fuera del propio lugar de trabajo, con ocasión o como consecuencia de las actividades encomendadas;
- c) El que ocurriere por la acción de terceras personas o por acción del empleador o de otro trabajador durante la ejecución de las tareas y que tuviere relación con el trabajo;
- d) El que sobreviniere durante las pausas o interrupciones de las labores, si el trabajador se hallare a orden o disposición del patrono; y,
- e) El que ocurriere con ocasión o como consecuencia del desempeño de actividades gremiales o sindicales de organizaciones legalmente reconocidas o en formación.

## **CAPÍTULO II**

### **PRESTACIONES DEL SEGURO DE RIESGOS DEL TRABAJO.**

Art. 17.- Prestaciones por Accidentes de Trabajo. - El derecho a las prestaciones originadas por accidente de trabajo se genera desde el primer día de labor del trabajador, bajo relación de dependencia o sin ella, para lo cual el afiliado deberá estar registrado en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social mediante el respectivo aviso de entrada en el Sistema Historia Laboral, de conformidad con el artículo 73 de la Ley de Seguridad Social.

En el caso de que el trabajador con o sin relación de dependencia no se encontrase registrado en el IESS, se generará responsabilidad patronal de conformidad con la ley y la reglamentación interna.

Art. 18.- Prestaciones por Enfermedad Profesional u Ocupacional. - El derecho a las prestaciones por enfermedad profesional u ocupacional se genera de acuerdo con lo que contempla la Ley de Seguridad Social, para los trabajadores bajo relación de dependencia o sin ella, que hubieren cubierto por lo menos seis (6) aportaciones mensuales, previo al diagnóstico inicial de la enfermedad profesional u ocupacional.

Los trabajadores a tiempo parciales tendrán derecho a las prestaciones de este Seguro, siempre que tuvieren registrados en el IESS al menos ciento ochenta (180) días de aportación, inmediatamente anteriores al diagnóstico inicial de la enfermedad profesional u ocupacional.

Para efectos de concesión de las prestaciones del Seguro General de Riesgos del Trabajo, las enfermedades profesionales u ocupacionales agudas se considerarán como accidentes de trabajo, por lo tanto, su protección debe darse conforme lo determina este reglamento.

## **CAPÍTULO III**

### **ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN**

#### **3.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS**

##### **3.1.1 Visión de la empresa**

Para el año 2021 la empresa será líder a nivel nacional en la elaboración de prendas jeans no lavables orientados al género masculino y femenino, con talento humano capacitado encaminados a la innovación constante, para satisfacer las necesidades, gustos y preferencias del cliente.

##### **3.1.2 Misión de la empresa**

Elaborar prendas jeans no lavables con los más altos estándares de calidad que cumplan con las tendencias del mercado, enfocados hacia la innovación en el diseño de acuerdo a los gustos y preferencias del cliente, contribuyendo a la economía del sector textil, con precios competitivos obteniendo así el crecimiento de la empresa.

##### **3.1.3 MATRIZ PCI (Perfil de Capacidad Interna)**

La matriz de perfil de capacidad interna es un mecanismo que sirve para evaluar las fortalezas y debilidades de la organización que se hallan bajo el control administrativo, en correlación a las oportunidades y amenazas del entorno externo. Permiten inspeccionar la etapa estratégica e implantar áreas que necesitan refuerzo, por tanto, se analizarán dos componentes, constituidos por la capacidad directiva y capacidad competitiva con su respectiva calificación comprendida por Alto=5, Medio=3, y Bajo=1.

**Cuadro N°46: Matriz Perfil de Capacidad Interna.**

CAPACIDADES	GRADO			GRADO			IMPACTO		
	FORTALEZAS			DEBILIDADES					
CAPACIDAD DIRECTIVA	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
Calidad en el producto		X						3F	
Mano de obra especializada	X						5F		
Infraestructura y espacio físico		X						3F	
Insuficiencia en el capital requerido				X			5D		
Ignorancia sobre las estrategias y precios de la competencia.					X			3D	
Costes unitarios elevados					X			3D	
CAPACIDAD COMPETITIVA	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
Precios cómodos	X						5F		
Producto innovador		X						3F	
Falta de experiencia comercial					X			3D	

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo (2016)

### 3.1.4 MATRIZ POAM (Perfil de las oportunidades y amenazas en el medio)

La matriz POAM es un método que consiente en describir y valorar las amenazas y oportunidades potenciales de la organización en el que se busca aprovechar debidamente las oportunidades, y evitar al máximo las amenazas, por lo cual se estudia 5 factores como son político, económico, social, y tecnológico.

La calificación está compuesta por los siguientes parámetros: Alto=5, Medio=3, y Bajo=1.

**Cuadro N°47:** Matriz de Perfil de las oportunidades y amenazas en el medio

FACTORES	GRADO			GRADO			IMPACTO		
	OPORTUNIDADES			AMENAZAS					
FACTOR POLÍTICO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
Situación política inestable en el país					X			3A	
Incremento en los impuestos				X			5A		
FACTOR ECONÓMICO									
Alianzas estratégicas con los proveedores y mejorar los costes de producción	X						5O		
Crecimiento en el Mercado	X						5O		
Aparición de competidores directos					X			3A	
Mejores ofertas por parte de la competencia					X			3A	
FACTOR SOCIAL									
Apertura a nuevas fuentes de empleo		X						3O	
Mejoramamiento del poder adquisitivo de los clientes		X						3O	
FACTOR TECNOLÓGICO									
Adquirir nuevas tecnologías de fabricación		X						3O	

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo (2016)

### 3.1.5 MATRIZ FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas)

Teniendo en cuenta que el análisis FODA es un instrumento fundamental que suministra de los insumos necesarios para el proceso de planeación estratégica, aportando con la información pertinente para la implementación de gestiones y

medidas correctivas y la concepción de nuevos proyectos de mejora. En conclusión, se puede decir que es una herramienta que indica la situación actual de la empresa en el cual se alcanza un diagnóstico minucioso y en base a ello se procede a la toma de decisiones conforme a los objetivos programados. Está compuesto por fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas como se denomina a continuación:

**Cuadro N°48:** Análisis FODA.

	<b>FACTORES INTERNOS</b>	<b>FACTORES EXTERNOS</b>
	<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<b>POSITIVO</b>	Calidad en el producto	Crecimiento en el mercado
	Precios cómodos	Alianzas estratégicas con los proveedores y mejorar los costes de producción.
	Mano de obra especializada	Mejoramiento del poder adquisitivo de los clientes.
	Infraestructura y espacio físico	Adquirir nuevas tecnologías de fabricación
	Producto innovador	Apertura a nuevas fuentes de empleo
<b>NEGATIVO</b>	<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
	Insuficiencia en el capital requerido	Aparición de competidores directos
	Falta de experiencia comercial	Mejores ofertas por parte de la competencia
	Ignorancia sobre las estrategias y precios de la competencia.	Situación política inestable en el país
	Costes unitarios elevados	Incremento en los impuestos

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo (2016)

### 3.1.6 Matriz de Vulnerabilidad

La matriz de vulnerabilidad está definida como un elemento de sensibilidad de ser perjudicado por amenazas o riesgos, en función de la continuidad y seriedad de los mismos.

**Cuadro N°49: Matriz de Vulnerabilidad.**

AMENAZAS	Aparición de competidores directos	Mejores ofertas por parte de la competencia	Situación política inestable en el país	Incremento en los impuestos	TOTAL	PRIORIDAD
DEBILIDADES						
Insuficiencia en el capital requerido	3	3	3	5	14	4 <sup>to</sup>
Falta de experiencia comercial	3	3	5	5	16	2 <sup>do</sup>
Ignorancia sobre las estrategias y precios de la competencia.	5	3	3	5	16	3 <sup>ero</sup>
Costes unitarios elevados	5	5	3	5	18	1 <sup>ero</sup>
<b>TOTAL</b>	16	14	14	20	64	
<b>PRIORIDAD</b>	2 <sup>do</sup>	4 <sup>to</sup>	3 <sup>ero</sup>	1 <sup>ero</sup>		

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo (2016)

**Cuadro N°50: Cálculo de Factores Claves (Matriz de Perfil Vulnerabilidad).**

TOTAL	AMENAZAS	DEBILIDADES
64	$64/4 = 16$	$64/4 = 16$
	CONCLUSIÓN	CONCLUSIÓN
	Las amenazas claves serán únicamente las que están sobre los 16 puntos	Las debilidades claves serán únicamente las que estén sobre 16 puntos

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo (2016)

La principal amenaza que resalta como prioridad en la empresa es el incremento en los impuestos pues reduciría la creación de empleos productivos y por supuesto el crecimiento considerable de la actividad económica en el país.

### 3.1.7 Matriz de Aprovechabilidad

La matriz de aprovechabilidad permite vincular las fortalezas que tienen alto impacto y las oportunidades más relevantes que proporciona el entorno, otorgando un instrumento de gestión que sirva para instaurar acciones estratégicas.



**Cuadro N°51: Matriz de Aprovechabilidad**

<b>OPORTUNIDADES</b>		Alianzas estratégicas con los proveedores y mejorar los costes de producción.	Mejoramiento del poder adquisitivo de los clientes.	Adquirir nuevas tecnologías de fabricación	Apertura a nuevas fuentes de empleo.	<b>TOTAL</b>	<b>PRIORIDAD</b>
<b>FORTALEZAS</b>							
Calidad en el producto	5	5	3	3	3	19	3 <sup>ero</sup>
Precios cómodos	5	3	3	3	3	17	4 <sup>to</sup>
Mano de obra especializada	5	3	3	5	5	21	1 <sup>ero</sup>
Infraestructura y espacio físico	3	5	3	3	3	17	5 <sup>to</sup>
Producto innovador	3	5	5	5	3	21	2 <sup>do</sup>
<b>TOTAL</b>	21	21	17	19	17	95	
<b>PRIORIDAD</b>	1 <sup>ero</sup>	2 <sup>do</sup>	5 <sup>to</sup>	3 <sup>ero</sup>	4 <sup>to</sup>		

**Elaborado por:** Fernando Tipán.

**Fuente:** Investigación de campo (2016)

**Cuadro N°52: Cálculo de Factores Claves (Matriz de Aprovechabilidad)**

<b>TOTAL</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>FORTALEZAS</b>
95	$95/5 = 19$	$95/5 = 19$
	<b>CONCLUSIÓN</b>	<b>CONCLUSIÓN</b>
	Las oportunidades claves serán únicamente las que están sobre los 19 puntos	Las fortalezas claves serán únicamente las que estén sobre 19 puntos

**Elaborado por:** Fernando Tipán.

**Fuente:** Investigación de campo (2016)

La fortaleza que tiene mayor prioridad es la Mano de obra especializada porque la empresa se dedicará a velar por el bienestar del talento humano brindando capacitación continua y así desempeñen su labor con un alto grado de eficiencia y que se vea reflejado en la calidad del producto.

### 3.1.8 Matriz de Estrategias

Esta matriz es una herramienta adaptable y muy importante que ayudará a los encargados a ejecutar diferentes tipos de estrategias, como el caso de las estrategias FO que sirven como ataque pues utilizan las fuerzas internas de la

empresa para aplicar la ventaja de las oportunidades externas, las estrategias DO procuran sobresalir las debilidades internas aprovechando las oportunidades externas, las estrategias FA aquí se considera las fuerzas de la organización para reducir las amenazas externas, las estrategias DA utilizadas para reforzar ya que pretenden disminuir las debilidades internas y eludir las debilidades del medio.

**Cuadro N°53: Matriz de Estrategias.**

<b>ESTRATEGIAS</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	<b>F1.</b> Calidad en el producto.	<b>D1.</b> Insuficiencia en el capital requerido.
	<b>F2.</b> Precios cómodos.	<b>D2.</b> Falta de experiencia comercial
	<b>F3.</b> Mano de obra especializada.	<b>D3.</b> Ignorancia sobre las estrategias y precios de la competencia.
	<b>F4.</b> Infraestructura y espacio físico.	<b>D4.</b> Costes unitarios elevados
	<b>F5.</b> Producto innovador.	
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS DO</b>
<b>O1.</b> Crecimiento en el mercado	<b>F5+O5:</b> Crear una empresa dedicada a la producción de prendas jeans no lavables aperturando nuevas fuentes de empleo.	<b>D3+O2:</b> Desarrollar un estudio de mercado para conocer sobre las estrategias y precios de la competencia.
<b>O2.</b> Alianzas estratégicas con los proveedores y mejorar los costes de producción	<b>F2+O2:</b> Establecer precios cómodos por medio de alianzas estratégicas con los proveedores.	<b>D2+O3:</b> Contar con personal eficiente en el área comercial de la empresa para satisfacer las necesidades cliente.
<b>O3.</b> Mejoramiento del poder adquisitivo de los clients	<b>F5+O4:</b> Brindar al cliente un producto innovador por medio de la adquisición de nuevas tecnologías en cuanto a su fabricación.	<b>D4+O2:</b> Evitar los costos unitarios elevados con la aplicación de estrategias concernientes a la optimización de recursos.
<b>O4.</b> Adquirir nuevas tecnologías de fabricación	<b>F3+O1:</b> Mantener mano de obra especializada a través de la capacitación constante en el área de trabajo y así alcanzar un rápido crecimiento en el mercado.	<b>D3+O1:</b> Aplicar la estrategia de liderazgo en costos bajos en la empresa para obtener una ventaja competitiva y una amplia participación en el mercado.
<b>O5.</b> Apertura a nuevas fuentes de empleo.		
<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS FA</b>	<b>ESTRATEGIAS DA</b>
<b>A1.</b> Aparición de competidores directos	<b>F3+A1:</b> Lograr que el personal de la empresa goce de un buen clima laboral con la implementación de un plan motivacional.	<b>D2+A2:</b> Atraer la mayor cantidad de clientes aplicando la estrategia calidad en el producto y servicio evitando su preferencia por la competencia.
<b>A2.</b> Mejores ofertas por parte de la competencia	<b>F5+A2:</b> Diseñar un plan de medios publicitarios especificando las principales características del producto que supere y marque la diferencia ante la probable competencia.	<b>D1+A4:</b> Fomentar una comunicación rápida y oportuna en todas las áreas departamentales de la empresa para la toma de decisiones pertinentes que soluciones cualquier inconveniente laboral.
<b>A3.</b> Situación política inestable en el país	<b>F4+A3:</b> Investigar sobre la infraestructura y espacio físico de la empresa que se ajusten a sus necesidades reales para su funcionamiento analizando la situación política actual del país.	<b>D3+A2:</b> Realizar promociones del producto con estrategias llamativas induciendo la compra, superando las expectativas del cliente y de la competencia.
<b>A4.</b> Incremento en los impuestos		

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo (2016)

### **3.2 Objetivos Estratégicos**

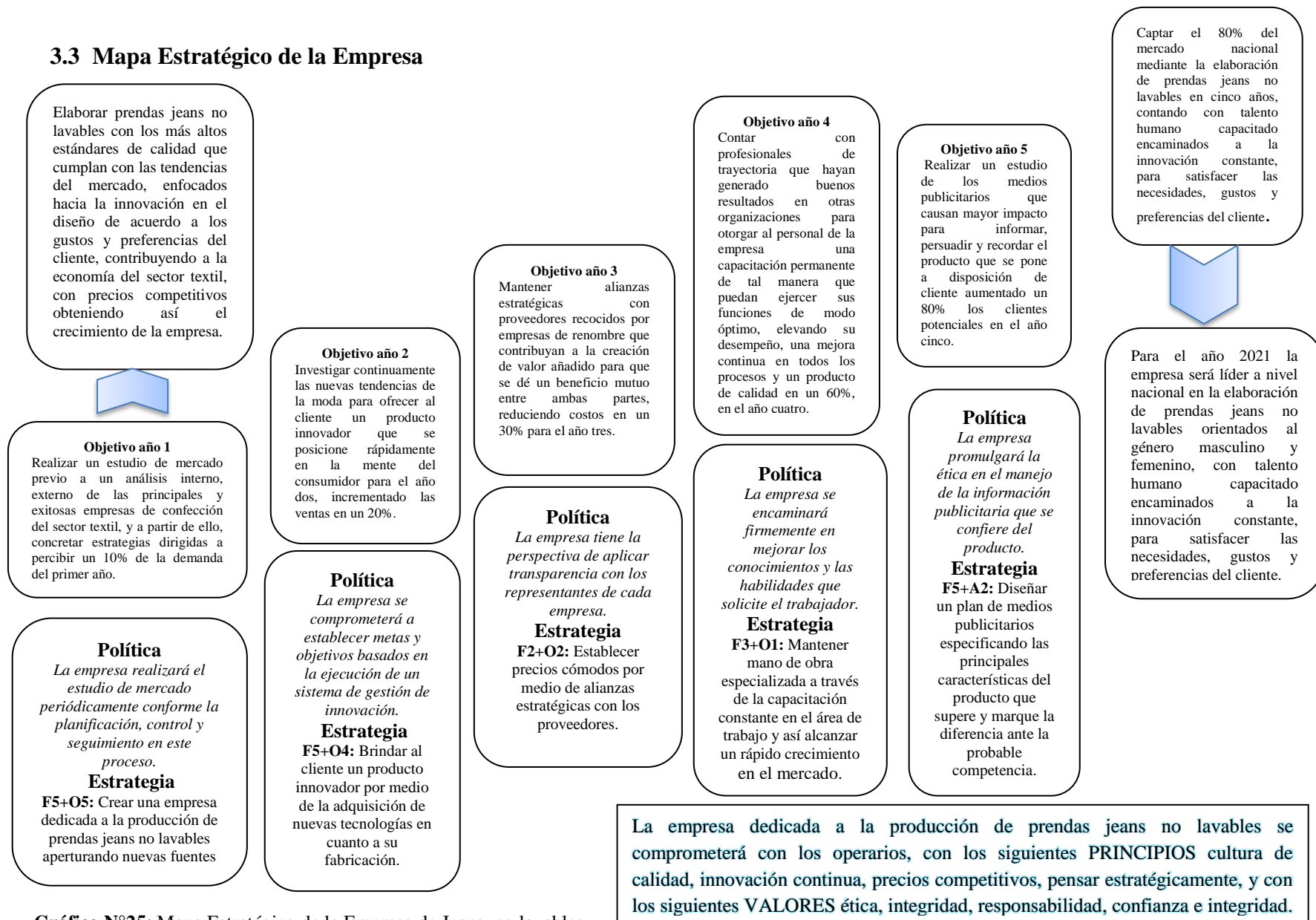
### **3.2.1 Objetivo General Estratégico**

Captar el 80% del mercado nacional mediante la elaboración de prendas jeans no lavables en cinco años, contando con talento humano capacitado encaminados a la innovación constante, para satisfacer las necesidades, gustos y preferencias del cliente.

### **3.2.2 Objetivos Específicos Estratégicos**

- Realizar un estudio de mercado previo a un análisis interno, externo de las principales y exitosas empresas de confección del sector textil, y a partir de ello, concretar estrategias dirigidas a percibir un 10% de la demanda del primer año.
- Investigar continuamente las nuevas tendencias de la moda para ofrecer al cliente un producto innovador que se posicione rápidamente en la mente del consumidor para el año dos, incrementado las ventas en un 20%.
- Mantener alianzas estratégicas con proveedores reconocidos por empresas de renombre que contribuyan a la creación de valor añadido para que se dé un beneficio mutuo entre ambas partes, reduciendo costos en un 30% para el año tres.
- Contar con profesionales de trayectoria que hayan generado buenos resultados en otras organizaciones para otorgar al personal de la empresa una capacitación permanente de tal manera que puedan ejercer sus funciones de modo óptimo, elevando su desempeño, una mejora continua en todos los procesos y un producto de calidad en un 60%, en el año cuatro.
- Realizar un estudio de los medios publicitarios que causan mayor impacto para informar, persuadir y recordar el producto que se pone a disposición de cliente aumentado un 80% los clientes potenciales en el año cinco.

### 3.3 Mapa Estratégico de la Empresa



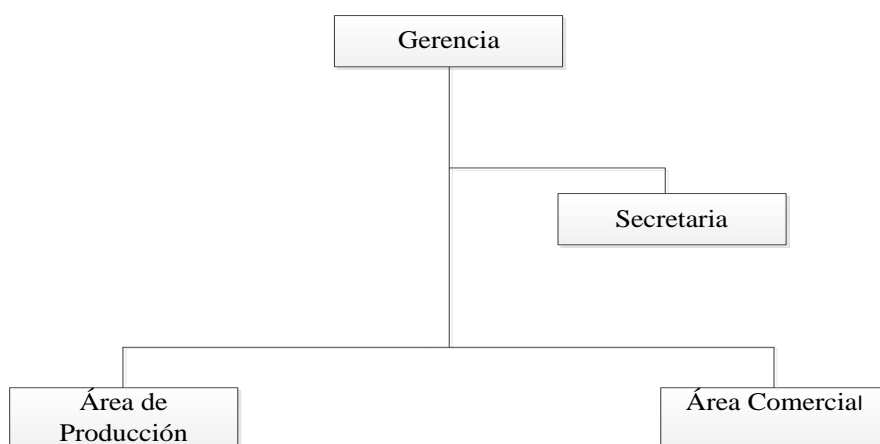
**Gráfico N°25:** Mapa Estratégico de la Empresa de Jeans no lavables  
**Elaborado por:** Fernando Tipan.  
**Fuente:** Investigación de campo (2016)




### 3.4 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA

#### 3.4.1 Realizar organigrama de la empresa para definir la organización interna.

Una correcta estructura organizacional es primordial para que el personal sepa con certeza cuál es la función que deben realizar en su puesto de trabajo, está facultado para el logro de objetivos con un mínimo esfuerzo, mejorando el rendimiento laboral y su productividad, en tal virtud se elabora un organigrama estructural, funcional y de puestos para la empresa dedicada a la producción de jeans no lavables especificando los niveles jerárquicos, ejecutivo, de apoyo y operativo.

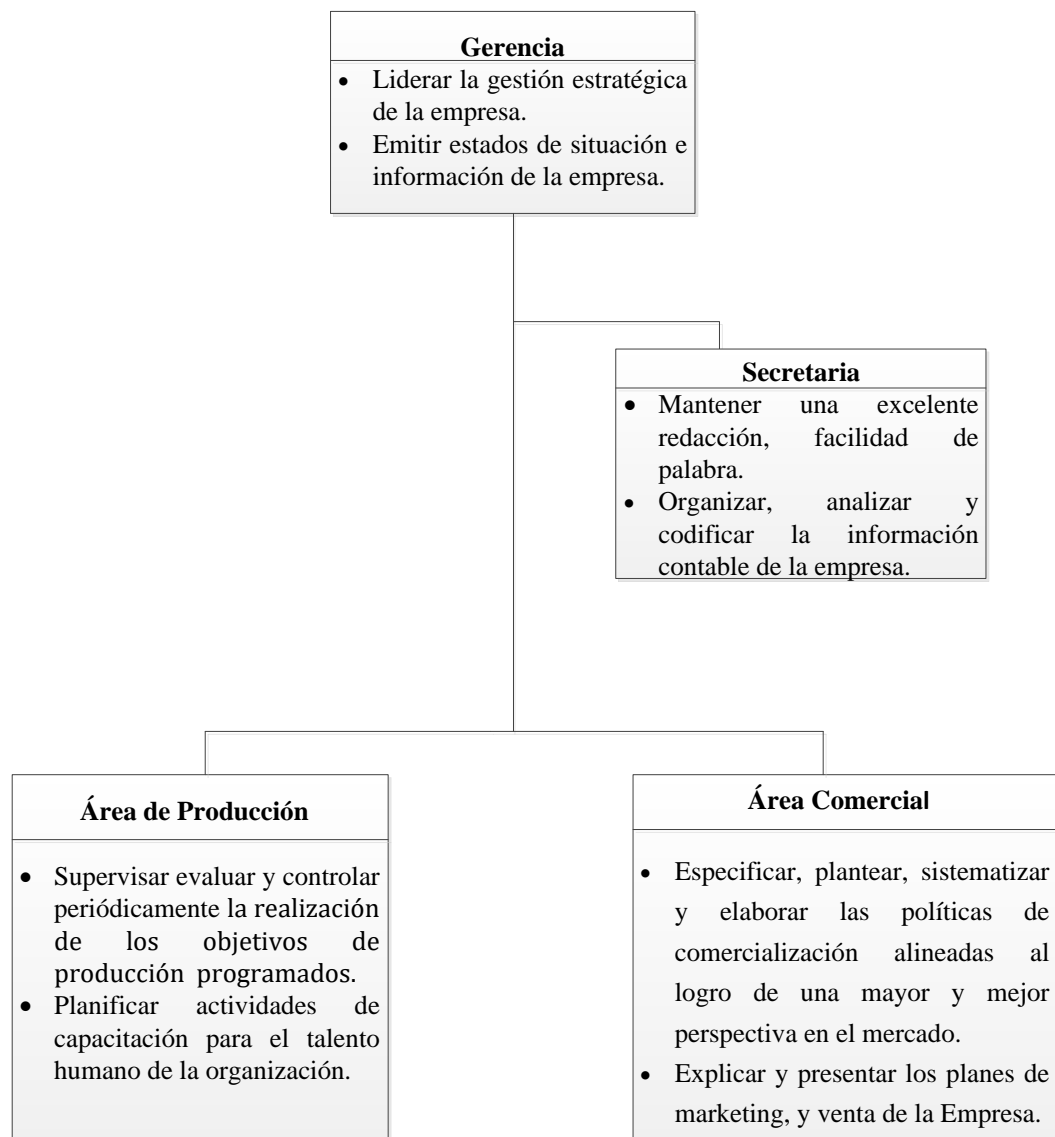
#### Organigrama estructural de la empresa de producción de prendas jeans no lavables.



REFERENCIA	FECHA	ELABORADO	APROBADO
 Nivel Ejecutivo  Nivel de Apoyo  Nivel Operativo	01/09/2016	Fernando Tipan.	Gerente.

**Gráfico N°26:** Organigrama estructural.  
**Elaborado por:** Fernando Tipan.

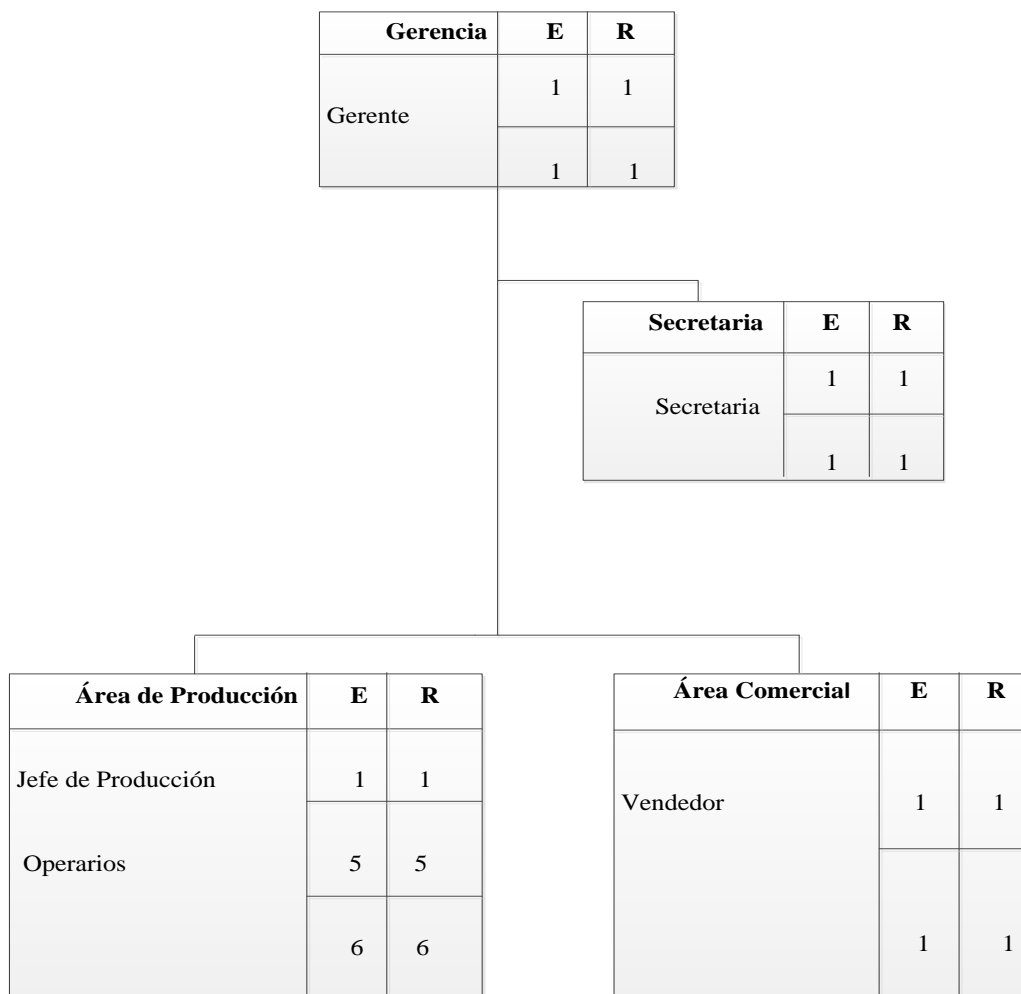
**Organigrama funcional de la empresa de producción de prendas jeans no lavables.**



REFERENCIA	FECHA	ELABORADO	APROBADO
<div> <div></div> <div>Nivel Ejecutivo</div> </div> <div> <div></div> <div>Nivel de Apoyo</div> </div> <div> <div></div> <div>Nivel Operativo</div> </div>	01/09/2016	Fernando Tipan.	Gerente.

**Gráfico N°27:** Organigrama funcional  
**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Organigrama de puestos y plazas de la empresa de producción de prendas  
jeans no lavables.**



REFERENCIA
<div style="border: 1px solid black; width: 20px; height: 10px; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="width: 10px; height: 10px; border: 1px solid black; margin-right: 5px;"></div> <div>Nivel Ejecutivo</div> </div> <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="width: 10px; height: 10px; border: 1px solid black; margin-right: 5px;"></div> <div>Nivel de Apoyo</div> </div> <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="width: 10px; height: 10px; border: 1px solid black; margin-right: 5px;"></div> <div>Nivel Operativo</div> </div>

FECHA	ELABORADO	APROBADO
01/09/2016	Fernando Tipan.	Gerente.

**Gráfico N°28:** Organigrama de puestos y plazas.  
**Elaborado por:** Fernando Tipan.

### 3.4.2 Describa brevemente los cargos del organigrama

**Cuadro N°54:** Descripción del cargo Gerencia.

<b>I. INFORMACION BASICA:</b>	
<b>PUESTO:</b>	Gerente General
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR:</b>	N/A
<b>SUPERVISA:</b>	Jefaturas departamentales.
<b>II NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	
Desarrollar los distintos roles: planificación, organización, dirección, control de la empresa a más de velar por un buen manejo de las relaciones interpersonales, de todos sus colaboradores potencializando las habilidades, ajustados a los valores y principios.	
<b>III FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderar la gestión estratégica de la empresa.</li> <li>• Especificar políticas generales de administración, operativa y financiera de la empresa.</li> <li>• Aprobar y controlar el manual de funciones del personal de las diferentes áreas departamentales.</li> <li>• Emitir estados de situación e información de la empresa.</li> <li>• Representar a la empresa ante cualquier acontecimiento.</li> <li>• Velar por el respecto de las normativas y reglamentos actuales.</li> <li>• Proceder con coherencia conforme a los valores organizacionales.</li> </ul>	
<b>IV REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO</b>	
<b>TITULO PROFESIONAL</b>	Ingeniero Industrial, Administrador de Empresas y Negocios o afines.
<b>EXPERIENCIA</b>	2 años comprobados.
<b>HABILIDADES</b>	Ser proactivo, visionario, líder.
<b>FORMACIÓN</b>	Tener amplio conocimiento en la Gestión Empresarial.

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo (2016)



**Cuadro N°55:** Descripción del cargo Secretaria.

<b>I. INFORMACION BASICA:</b>	
<b>PUESTO:</b>	Secretaria.
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR:</b>	Gerente.
<b>SUPERVISA:</b>	
<b>II NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	
<p>Coordinar el normal desarrollo de los procesos referentes al correcto funcionamiento de la empresa, ofreciendo apoyo a su jefe en las tareas establecidas, básicamente en la organización de archivos, atención personalizada ya sea a clientes internos como externos.</p>	
<b>III FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener una excelente redacción, facilidad de palabra.</li> <li>• Redactar certificados, oficios, actas, memorando, anuncios etc.</li> <li>• Hacer y recibir llamadas telefónicas.</li> <li>• Realizar informes periódicos de las actividades realizadas.</li> <li>• Organizar, analizar y codificar la información contable de la empresa.</li> </ul>	
<b>IV REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO</b>	
<b>TITULO PROFESIONAL</b>	Secretariado Bilingüe. Ing. Administración de Empresas y Negocios. Ing. Contabilidad.
<b>EXPERIENCIA</b>	1 año comprobado.
<b>HABILIDADES</b>	Manejo de información contable, conocimientos de oficina, archivo, capacidad de organización, iniciativa y confiabilidad.
<b>FORMACIÓN</b>	Dominio en mecanografía, ofimática, ortografía y gramática, matemática financiera – contable.

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo (2016)

**Cuadro N°56:** Descripción del cargo Jefe de Producción.

<b>I. INFORMACION BASICA:</b>	
<b>PUESTO:</b>	Jefe de Producción.
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR:</b>	Gerente.
<b>SUPERVISA:</b>	Operarios.
<b>II NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	
Controlar y coordinar la ejecución eficiente del proceso de producción del jeans no lavable, emitir informes periódicos de cualquier anomalía presentada para llegar al nivel de calidad esperado.	
<b>III FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinar y supervisar al personal que se encuentra a su cargo.</li> <li>• Organizar y planear el proceso de producción de la empresa.</li> <li>• Organizar y planificar el abastecimiento de materia prima y la distribución y transporte del producto terminado de la empresa.</li> <li>• Velar por el adecuado funcionamiento de la maquinaria y equipos.</li> <li>• Efectuar planes de mejora continua y de procesos.</li> </ul>	
<b>IV REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO</b>	
<b>TITULO PROFESIONAL</b>	Ing. Administración de Empresas y Negocios, Ing. Industrial. Ing. En procesos.
<b>EXPERIENCIA</b>	2 Años comprobados.
<b>HABILIDADES</b>	Capacidad para interrelacionarse, planificación, liderar, trabajar en equipo.
<b>FORMACIÓN</b>	Conocimientos específicos sobre la gestión de la producción, nuevas tecnologías, sistemas de calidad, productividad, dirección del personal.

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo (2016)

**Cuadro N°57:** Descripción del cargo Operario.

<b>I. INFORMACION BASICA:</b>	
<b>PUESTO:</b>	Operario.
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR:</b>	Jefe de Producción.
<b>SUPERVISA:</b>	N/A
<b>II NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	
Encargado de cumplir con el trabajo sugerido por el jefe de producción, para que se realice lo planificado en las debidas órdenes de trabajo, con eficiente manejo de los equipos e insumos manteniendo los estándares de productividad y calidad propuestos.	
<b>III FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Efectuar las labores relacionadas con el proceso de producción.</li> <li>• Operar y velar por una apropiada utilización de la maquinaria que esta su mando.</li> <li>• Comunicar a tiempo sobre las irregularidades que se presenten al jefe inmediato.</li> <li>• Cooperar con la optimización de los procesos de trabajo dentro del área de producción.</li> </ul>	
<b>IV REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO</b>	
<b>TITULO PROFESIONAL</b>	Bachiller.
<b>EXPERIENCIA</b>	1 año.
<b>HABILIDADES</b>	Comunicación y trabajo en equipo.
<b>FORMACIÓN</b>	Experiencia en corte y confección.

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo (2016)

**Cuadro N°58:** Descripción del cargo Vendedor.

<b>I. INFORMACION BASICA:</b>	
<b>PUESTO:</b>	Vendedor.
<b>JEFE INMEDIATO SUPERIOR:</b>	Gerente.
<b>SUPERVISA:</b>	Cliente.
<b>II NATURALEZA DEL PUESTO:</b>	
Destreza para entablar comunicación con los clientes vigentes y potenciales, respondiendo por toda la gestión de ventas con eficacia.	
<b>III FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vender todos los productos que la empresa establezca, según su prioridad.</li> <li>• Cerrar las operaciones de venta a los precios y contextos fijos por la empresa.</li> <li>• Asistir a las reuniones de trabajo a que fuera citado.</li> <li>• Asesorar al cliente acerca de la mejor forma de comprar y emplear el producto.</li> </ul>	
<b>IV REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO</b>	
<b>TITULO PROFESIONAL</b>	Ing. Marketing, comerciante o afines.
<b>EXPERIENCIA</b>	1 año comprobado.
<b>HABILIDADES</b>	Ser comprometido, entusiasta, paciente, dinámico, sincero, responsable, saber escuchar, autodisciplinado, facilidad de palabra.
<b>FORMACIÓN</b>	Planificación y coordinación con el área de producción y clientes.

**Elaborado por:** Fernando Tipán.

**Fuente:** Investigación de campo (2016)

### 3.5 CONTROL DE GESTIÓN

#### 3.5.1 Indicadores de gestión necesarios

**Cuadro N°59:** Indicadores de Gestión.

ÁREAS	INDICADORES
Gerencia	Grado de satisfacción laboral.
	Gestiones efectuadas/Cumplimento de gestiones
	Nivel de satisfacción de las necesidades del clientes
	Objetivos planteados/ objetivos cumplidos.
	Calificación de proveedores.
	Número de trabajadores contratados/Número de trabajadores dados de baja.
Área de producción.	Porcentaje de desperdicios de materia prima.
	Número de unidades producidas / Número de unidades defectuosas.
	Costos de producción/ Insumos
	Nivel de producción/horas hombre laboradas
	Porcentaje de productividad en unidades reales
	Porcentaje de productividad por operario.
Área comercial.	Nivel de ventas.
	Número de clientes fijos/ número de clientes que compran.
	Ventas totales/número de clientes.
	Tiempo que emplea en realizar la venta.

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Fuente:** Investigación de campo (2016)

### 3.6 NECESIDADES DE PERSONAL

El talento humano se constituye en un factor importante en las organizaciones por lo cual en cinco años la empresa que se dedicará a la producción de prendas jeans no lavables requerirá del siguiente personal.

**Cuadro N°60:** Necesidades del personal dentro de 5 años.

AÑO	PERSONAL	
	CARGO	CANT.
2016	Administrador/Gerente	1
	Vendedor	1
	Jefe de producción	1
	Operarios	5
	Secretaria/Contable	1
2017	Administrador/Gerente	1
	Vendedor	2
	Jefe de producción	1
	Operarios	6
	Secretaria/Contable	1
2018	Administrador/Gerente	1
	Vendedor	3
	Jefe de producción	1
	Operarios	7
	Secretaria/Contable	2
2019	Administrador/Gerente	2
	Vendedor	4
	Jefe de producción	2
	Operarios	7
	Secretaria/Contable	2
2020	Administrador/Gerente	2
	Vendedor	5
	Jefe de producción	2
	Operarios	9
	Secretaria/Contable	2

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

## **CAPÍTULO IV**

### **ÁREA JURÍDICO LEGAL**

#### **4.1 Determinación de la forma jurídica**

La forma jurídica de la empresa de producción de prendas jeans no lavables en el cantón Pelileo se fundamenta como una empresa unipersonal de responsabilidad limitada pues quien estará al mando será el Gerente – Propietario, mostrando evidentemente que no será sujeta al control que ejerce la Superintendencia de Compañías, por ello no se requieren socios, para su constitución se considera la escritura pública, comparecencia de la cónyuge en el caso que el Gerente-Propietario este casado en sociedad conyugal, la aprobación concedido por el Juez Civil, la publicación del compendio en el periódico, y la inscripción en el Registro Mercantil, desde el inicio de la existencia legal.

Para sustento de lo expuesto se enuncia la ley de empresas unipersonales de responsabilidad limitada del siguiente modo:

(LEY DE EMPRESAS UNIPERSONALES DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, 2006), especifica que:

#### **Sección 1ª.**

#### **De las Generalidades y Naturaleza.**

**“Artículo 1.-** Toda persona natural con capacidad legal para realizar actos de comercio, podrá desarrollar por intermedio de una Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada cualquier actividad económica que no estuviere prohibida por la Ley, limitando su responsabilidad civil por las operaciones de la misma al monto del capital que hubiere destinado para ello.

**Artículo 2.-** La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, es una persona jurídica distinta e independiente de la persona natural a quien pertenezca, por lo que, los patrimonios de la una y de la otra, son patrimonios separados.

La persona que constituya una empresa de esta clase no será responsable por las obligaciones de la misma, ni viceversa, salvo los casos que se mencionan a continuación, en que el gerente propietario responderá con su patrimonio personal por las correspondientes obligaciones de la empresa:

1. Si dispusiere en provecho propio de bienes o fondos de la empresa que no correspondan a utilidades líquidas y realizadas, según los correspondientes estados financieros;
2. Si la empresa desarrollare o hubiere desarrollado actividades prohibidas o ajenas a su objeto;
3. Si el dinero aportado al capital de la empresa no hubiere ingresado efectivamente en el patrimonio de ésta;
4. Cuando la quiebra de la empresa hubiere sido calificada por el juez como fraudulenta;
5. Si el gerente-propietario de la empresa, al celebrar un acto o contrato, no especificare que lo hace a nombre de la misma;
6. Si la empresa realizare operaciones antes de su inscripción en el Registro Mercantil, a menos que se hubiere declarado en el acto o contrato respectivo, que se actúa para una empresa unipersonal de responsabilidad limitada en proceso de formación;
7. Si en los documentos propios de la empresa se manifestare con la firma del gerente-propietario que la empresa tiene un capital superior al que realmente posee; y,
8. En los demás casos establecidos en la ley.

**Artículo 5.-** No podrán constituir empresas unipersonales de responsabilidad limitada, las personas jurídicas ni las personas naturales que según la ley no pueden ejercer el comercio.

**Artículo 6.-** Una misma persona natural puede constituir varias empresas unipersonales de responsabilidad limitada, siempre que el objeto empresarial de cada una de ellas fuere distinto y que sus denominaciones no provoquen confusiones entre sí.

Las empresas unipersonales de responsabilidad limitada pertenecientes a un mismo gerente-propietario, no podrán contratar ni negociar entre sí, ni con personas en donde guarde el parentesco hasta el cuarto grado de consanguinidad o el segundo grado de afinidad de conformidad con la ley. En caso de contravención de esta norma, además de la nulidad correspondiente, el gerente propietario responderá personalmente por todas las obligaciones de dichas empresas.



**Artículo 7.-** La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, tiene siempre carácter mercantil cualquiera que sea su objeto empresarial, considerando como comerciante a su gerente propietario.

## **Sección 2ª.**

### **De la Denominación.**

**Artículo 8.-** La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, deberá ser designada con una denominación específica que la identifique como tal.

La antedicha denominación específica deberá estar integrada, por lo menos, por el nombre y/o iniciales del gerente-propietario, al que en todo caso se agregará la expresión "Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada" o sus iniciales E.U.R.L. Dicha denominación podrá contener, además, la mención del género de la actividad económica de la empresa.

Por nombre del "gerente-propietario" se entiende sus nombres y apellidos completos, o simplemente su primer nombre y su apellido paterno.

**Artículo 9.-** La denominación de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, constituye propiedad suya, de su uso exclusivo, que no podrá enajenarse ni aún en caso de liquidación.

**Artículo 10.-** Ninguna empresa unipersonal de responsabilidad limitada, podrá adoptar una denominación igual o semejante al de otra preexistente, aunque ésta manifieste su consentimiento y aun cuando fueren diferentes los domicilios u objetos respectivos.

Las disposiciones de este artículo no se aplican a las semejanzas que pudieren ocasionarse por personas homónimas o entre varias empresas de un mismo gerente-propietario.

**Artículo 11.-** La protección y la defensa de la denominación de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada, sólo podrá realizarse judicialmente.

**Artículo 12.-** Salvo los casos de los pagarés, letras de cambio, cheques y más instrumentos similares, los documentos por los que la empresa contraiga derechos, con la firma del gerente-propietario o de algún apoderado suyo, deberán indicar, además de la denominación de la empresa, el domicilio principal de la misma, su plazo de duración y la cuantía de su capital empresarial.

Si se quebrantare esta disposición, el gerente-propietario responderá personalmente por la o las obligaciones contraídas por la empresa en el documento en el que no se hubieren hecho las indicaciones antedichas.”

## **4.2 Patentes y marcas**

Se instaure el impuesto de patente municipal, a todas las personas que practiquen invariablemente acciones comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales, domiciliadas o con establecimiento en el cantón Pelileo. El registro de patente municipal es un escrito ineludible para practicar un negocio en Pelileo, su pago se lo hace de forma anual.

### **¿Costo para registrar una marca en el Ecuador y cuánto tiempo dura la protección?**

La gestión de solicitudes de registro inscripción o permiso de derecho de Marcas \$208,00 USD. La protección de la marca asume una duración de 10 años, y siendo renovables incesantemente, la renovación se la puede efectuar entre los seis meses antes y seis meses de la fecha de vencimiento.

### **¿Qué es una marca de certificación?**

Marca de certificación: Aquel signo que legaliza las características habituales, en específico la calidad, los mecanismos y el comienzo de los productos o servicios fabricados o distribuidos por personas calificadas.

### **¿Costo para registrar una marca de certificación en el Ecuador y cuánto tiempo dura la protección?**

El trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Marcas de Certificación \$ 400,00 USD. La protección de la marca de certificación tiene una duración de 10 años, y siendo renovables interminablemente, la renovación se

la puede realizar entre los seis meses antes y seis meses de la fecha de vencimiento.

#### **4.3 Detalle de todo tipo de licencias necesarias para funcionar y documentos legales (patentes inicio de actividades, etc.)**

De acuerdo (INEC, 2013) se estipula que:

#### **REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DEL RUC.**

Requisitos para sacar el RUC para Personas Naturales.

- Presentarán el original y entregarán una copia de la cédula de identidad o de ciudadanía.
- Presentarán el original del certificado de votación del último proceso electoral dentro de los límites establecidos en el Reglamento a la Ley de Elecciones.
- Extranjeros presentarán el original y entregarán una copia del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa vigente.

Para la verificación del lugar donde realiza su actividad económica, el contribuyente deberá presentar el original y entregar una copia de cualquiera de los siguientes documentos:

- Planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro; o,
- Pago del servicio de TV por cable, telefonía celular o estados de cuenta de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción a nombre del contribuyente; o,
- Comprobante del pago del impuesto predial, puede corresponder al del año en que se realiza la inscripción, o del inmediatamente anterior; o,

- Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción.

Según el (GAD Municipalidad de Pillaro, 2016) determina:

### **REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DEL USO DEL SUELO.**

- Solicitud dirigida al señor Alcalde, en papel municipal, debe constar dirección, número telefónico y, nombre del negocio y actividad del negocio (adquirir en caja).
- Copias de cédula identidad y certificado de votación.
- Gráfico de ubicación exacta del predio.
- Copia del RUC.
- Carta de pago del predio actual, o cualquier servicio básico.

La (Empresa Municipal Cuerpo de Bomberos, 2011) destaca que:

### **REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DEL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL CUERPO DE BOMBEROS PELILEO.**

- Pago de Predio actualizado.
- Copia del RUC.
- Copia del Permiso del año anterior (para verificación).
- Informe de Inspección, elaborado por el personal autorizado del Departamento de Prevención de la EMBA-EP.
- Para centros de abastecimiento, embazadoras, centros de acopio y depósitos de distribución de GLP el permiso de la DNH, del año inmediato anterior.

Para la obtención de la patente se considera los presentes requisitos:

(TrámitesEcuador, 2016), en su página web se despliega que:

#### **A. Obtención de Patentes por primera vez:**

Presentar en las Administraciones Zonales los siguientes requisitos dependiendo el caso:

##### **Requisitos generales:**

1. Formulario de inscripción de patente. (Descargar de: [www.quito.gob.ec](http://www.quito.gob.ec) / Formularios de descarga)
2. Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
3. Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrado o del representante legal en caso de ser persona jurídica.
4. Copia del RUC en el caso que lo posea.
5. Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante legal en el caso de ser persona jurídica.
6. Copia de la Escritura de Constitución en caso de Personas Jurídicas.
7. Si el trámite lo realiza una tercera persona:
  - Carta simple de autorización del Contribuyente o Representante Legal en caso de ser persona jurídica.
  - Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la persona que retira la clave.
8. En caso de Persona Jurídica, copia del nombramiento vigente del representante legal.

##### **Requisitos adicionales:**

1. Copia de la licencia de conducir categoría profesional (En el caso de que realice actividades de transporte).
2. En caso de discapacidad, copia del carné del CONADIS.
3. En caso de artesanos, copia de la calificación artesanal vigente.

**B. Solicitud vía web de clave electrónica:**

- Ingresar a [www.quito.gob.ec](http://www.quito.gob.ec) / herramientas en línea / Declaración de Patente y 1.5 por mil.
- Dar click sobre la opción “No tengo clave” y seguir el procedimiento.

**C. Declaración de patente en línea:**

- Acceder al Sistema de Declaración de Impuestos a través de la web ([www.quito.gob.ec](http://www.quito.gob.ec) / herramientas en línea / Declaración de Patente y 1.5 por mil)

**Procedimiento:**

A)

- Para obtener la patente por primera vez acercarse a las Administraciones Zonales con todos los requisitos.
- Recibirá su clave en la ventanilla.

B)

- Solicitud de clave electrónica vía internet.

C)

- Declaración vía web del tributo.
- Pago del tributo en Instituciones financieras que mantienen convenio con el Municipio.

(ForosEcuador, 2014), subraya que:

**Pasos para registrar una marca.**

1. Depositar USD 116,00 en efectivo en la cuenta corriente No. 7428529 del Banco del Pacífico a nombre del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.
2. Ingresar al sitio web del IEPI en [www.iepi.gob.ec](http://www.iepi.gob.ec), hacer clic en la opción “Servicios en Línea” y dentro de esta en “Formularios”.

3. Descargar la Solicitud de Registro de Signos Distintivos, llenarla en computadora, imprimirla y firmarla. En esta solicitud se debe incluir el número de comprobante del depósito realizado.
4. Adjuntar a la solicitud tres copias en blanco y negro de la solicitud, original y dos copias de la papeleta del depósito realizado.
5. Si la solicitud se hace como persona natural, adjuntar dos copias en blanco y negro de la cédula de identidad.
6. Si la solicitud se hace como persona jurídica, adjuntar una copia notariada del nombramiento de la persona que es Representante Legal de la organización.
7. Si la marca es figurativa (imágenes o logotipos) o mixta (imágenes o logotipos y texto), adjuntar seis artes a color en tamaño 5 centímetros de ancho por 5 centímetros de alto impresos en papel adhesivo.
8. Entregar estos documentos en la oficina del IEPI más cercana.

## **CAPÍTULO V**

### **ÁREA FINANCIERA**

#### **5.1 PLAN DE INVERSIONES**

Según Ortiz (2015), indica que:

En plan de inversiones es uno de los elementos notables para la generación de ganancias económicas. Este sirve como la referencia que marca la pauta a seguir a la hora de capitalizar algún proyecto determinado, y su aplicación es primordial dentro de la estrategia que se tenga para producir beneficios a través de los recursos propios. El plan de inversión implica tres componentes básicos:

- Destinos (Objetivos)
- Pasos a seguir (Parámetros)
- Tiempo (Futuro)

Por lo tanto, para elaborar un plan que sea efectivo es necesario partir del planteamiento de objetivos que definan un destino. Establecer una serie de parámetros que modelen el accionar o los pasos a seguir de la inversión, y por último proyectar cada una de estas acciones dentro de un marco de que tiempo presente o bien a futuro.



**Cuadro N°61: Plan de inversión**

Cant	Unidad de medida	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
		LOCAL		<b>0,00</b>
		<b>INSTALACIONES Y REMODELACIONES</b>		<b>500,00</b>
1	Dólares	Adecuaciones de la planta de producción	500,00	500,00
		<b>MUEBLES Y ENSERES</b>		<b>2.521,00</b>
4	Und	Escritorio recto de oficina	130,00	520,00
4	Und	Sillas de oficina ejecutivo giratoria	119,00	476,00
1	Und	Tandem silla de espera	259,00	259,00
4	Und	Archivador metálico de 4 gavetas	139,00	556,00
1	Und	Tv Led Samsug 32 HD Smart	410,00	410,00
1	Und	Mesa para reuniones	300,00	300,00
		<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>		<b>15.610,00</b>
1	Und	Máquina Cerradora de Codo marca BROTHER.	5.500,00	5.500,00
1	Und	Máquina Recta marca JUKI.	580,00	580,00
1	Und	Máquina Overlock de 3 hilos marca JUKI.	3.500,00	3.500,00
1	Und	Máquina Overlock de 5 hilos marca JUKI.	1.400,00	1.400,00
1	Und	Máquina Atracadora marca SIRUBA.	2.400,00	2.400,00
1	Und	Máquina Recubridora 3 agujas marca KANSAI SPECIAL	1.480,00	1.480,00
1	Und	Cortadora de tela marca HONG SHENG.	500,00	500,00
1	Und	Plancha	160,00	160,00
2	Und	Extintor de 5 libras de Co2	45,00	90,00
		<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>		<b>2.652,00</b>
4	Und	Computadora de Escritorio dual core 4ta generación.	460,00	1.840,00
2	Und	Impresora Epson + Tanques de Tinta.	280,00	560,00
2	Und	Calculadora Casio.	27,00	54,00
2	Und	Sumadora Casio	99,00	198,00
		<b>COSTOS DE CONSTITUCIÓN</b>		<b>1.088,60</b>
1	Und	Patente municipal	200,00	200,00
1	Und	Patente y registro de marca	208,00	208,00
1	Und	Permiso de bomberos	30,60	30,60
1	Und	Permiso de salud	150,00	150,00
1	Und	Permiso de uso de suelo	80,00	80,00
1	Und	Declaración juramentada	400,00	400,00
1	Und	Trámites del RUC	20,00	20,00
		<b>TOTAL</b>		<b>22.371,60</b>

CONCEPTO	VALOR (USD)
Inversión fija	21.283,00
Inversión Diferida	1.088,60
Capital de Trabajo	2.237,16
<b>TOTAL</b>	<b>24.608,76</b>

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Análisis:**

El plan de inversión total es \$22.371,60, de allí parte la inversión diferida que representa un valor de \$1.088,60, el capital de trabajo es \$2.237,16, generando una inversión total de \$24.608,76.

## 5.2 PLAN DE FINANCIAMIENTO

De acuerdo a Mariby & Sandra, (2009), manifiestan que:

El plan de financiamiento consiste en la obtención de fondos para la puesta en marcha, mantenimiento o ampliación de una empresa, o para la introducción de nuevos proyectos, es decir se trata de adquirir el dinero que la empresa necesita para acometer inversiones y realizar sus operaciones. Tales fondos se pueden conseguir a través de recursos propios, que incluyen la autofinanciación con fondos que han sido generados en el transcurso de la operación de la empresa.

**Cuadro N°62: Capital de trabajo**

N° CUENTAS	DESCRIPCIÓN	TOTAL (USD)
1	Efectivo	2.237,16
2	Instalaciones y remodelaciones	500,00
3	Muebles y enseres	2.521,00
4	Maquinaria y equipo	15.610,00
5	Equipo de computación	2.652,00
6	Costos de constitución	1.088,60
	<b>TOTAL</b>	<b>24.608,76</b>

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Cuadro N°63: Forma de financiamiento**

DESCRIPCIÓN	TOTAL(USD)	PARCIAL (%)	TOTAL (%)
<b>Recursos propios</b>			<b>35%</b>
Efectivo	\$ 8.613,07	<b>35%</b>	
<b>Recurso de terceros</b>			<b>65%</b>
Préstamo a la cooperativa Mushucruna	\$ 15.995,69	<b>65%</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 24.608,76</b>		<b>100%</b>

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

### **Análisis:**

El financiamiento que necesitará la empresa de producción de prendas jeans no lavables será el 35% recursos propios con un total de \$8.613,07, mientras que el 65% corresponde a un préstamo a la cooperativa Mushucruna por un monto de \$ 15.995,69. (ver tabla de amortización anexo 2)

### 5.3 CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS

#### a) Detalle de Costos

Reveles (2004), señala que:

Define al costo en términos generales como el conjunto de los recursos sacrificados o perdidos para alcanzar un bien específico. También se considera como el valor monetario de los recursos que se entregan o promete entregar a cambio de bienes o servicios que se adquieren. Los costos son los relacionados con la función de producción; es decir, la materia prima directa, la mano de obra directa y los cargos indirectos. (págs. 22,23)

**Cuadro N°64:** Detalle de costos

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
<b>MANO DE OBRA</b>				<b>2.942,86</b>	<b>35.314,28</b>
Jefe de producción	Hora	160,00	3,30	527,87	6.334,40
Operario 1	Hora	160,00	3,02	483,00	5.795,98
Operario 2	Hora	160,00	3,02	483,00	5.795,98
Operario 3	Hora	160,00	3,02	483,00	5.795,98
Operario 4	Hora	160,00	3,02	483,00	5.795,98
Operario 5	Hora	160,00	3,02	483,00	5.795,98
<b>DEPRECIACIONES</b>				<b>158,87</b>	<b>1.906,40</b>
Muebles y enseres	Diario	30	0,29	8,81	105,70
Maquinaria y equipo	Diario	30	3,35	129,71	1.556,50
Equipos de computación	Diario	30	0,68	20,35	244,20
<b>MATERIA PRIMA E INSUMOS</b>				<b>3.319,80</b>	<b>36.669,60</b>
Tela jean denim indigo	metro	600	4,80	2.880,00	34.560,00
Químico NOVACLEAN DG	caneca 60 kg	1	156,00	156,00	156,00
Químico NOVACLEAN 1170 BIO	caneca 60 kg	1,00	132,00	132,00	132,00
Hilos industriales	Unid	30,00	2,08	62,40	748,80
Etiquetas	Unid	30	0,57	17,10	205,20
Botones	Cajas	30	1,01	30,30	363,60
Cierres	Unid	150	0,28	42,00	504,00
<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>				<b>45,00</b>	<b>540,00</b>
Reglas de confección	Und	5	5,00	25,00	300,00
Cintas métricas	Und	5	1,00	5,00	60,00
Mascaras	Und	50	0,10	5,00	60,00
Cintas de embalaje	Und	5	0,80	4,00	48,00
Fundas industriales de empaque	Und	100	0,06	6,00	72,00
<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>				<b>50,00</b>	<b>600,00</b>
Agua Potable	cm3 diario	50	0,40	20,00	240,00
Energía Eléctrica	kw/día	50	0,60	30,00	360,00
<b>TOTAL</b>				<b>6.516,52</b>	<b>75.030,28</b>

Elaborado por: Fernando Tipan.

### **Análisis:**

El costo anual por concepto de la mano de obra es \$35.314,28, con relación a las depreciaciones se alcanza la cantidad de \$1.906,40, la materia prima e insumos presenta un monto de \$36.669,60, como materiales indirectos se despliega la cantidad de \$540,00 y en cuanto a los servicios básicos el monto es \$600,00, dando un total de \$75.030,28.

### **b) Proyección de Costos**

**Cuadro N°65:** Proyección de costos

DESCRIPCION	COSTO	COSTOS		TOTAL AÑO 1	COSTOS		TOTAL AÑO 2
	MENSUAL	FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB	
MANO DE OBRA	2.942,86	35.314,28		35.314,28	35.314,28		35.314,28
DEPRECIACIONES	158,87	1.906,40		1.906,40	1.906,40		1.906,40
MATERIA PRIMA E INSUMOS	3.319,80		36.669,60	36.669,60		37.252,65	37.252,65
MATERIALES INDIRECTOS	45,00		540,00	540,00		540,00	540,00
SERVICIOS BÁSICOS	50,00	600,00		600,00	600,00		600,00
<b>TOTALES</b>	<b>6.516,52</b>	<b>37.820,68</b>	<b>37.209,60</b>	<b>75.030,28</b>	<b>37.820,68</b>	<b>37.792,65</b>	<b>75.613,33</b>

COSTOS		TOTAL AÑO 3	COSTOS		TOTAL AÑO 4	COSTOS		TOTAL AÑO 5
FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB	
35.314,28		35.314,28	35.314,28		35.314,28	35.314,28		35.314,28
1.906,40		1.906,40	1.906,40		1.906,40	1.906,40		1.906,40
	37.844,96	37.844,96		38.446,70	38.446,70		39.058,00	39.058,00
	540,00			540,00	540,00		540,00	540,00
600,00		600,00	600,00		600,00	600,00		600,00
<b>37.820,68</b>	<b>38.384,96</b>	<b>75.665,64</b>	<b>37.820,68</b>	<b>38.986,70</b>	<b>76.807,38</b>	<b>37.820,68</b>	<b>39.598,00</b>	<b>77.418,68</b>

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

### **Análisis:**

Con la determinación del costo se efectúa la proyección de los costos para el año 5 se tiene un monto de costos totales de \$77.418,68, esto en alusión a la tasa de inflación 1,59%, según el Banco Central del Ecuador (2016).

### c) Detalle de Gastos

Fullana y Paredes (2008), indican que:

Gasto es el descenso de un activo, por uso o consumo, sin que produzca como contrapartida el aumento de otro activo, lo que supone una disminución del patrimonio neto de la empresa. Gasto es el valor de los bienes y servicios recibidos y consumidos por la empresa en un periodo económico, con independencia del momento del pago. Es decir que el gasto se origina cuando se produce la corriente real de los bienes o servicios y no con la corriente financiera de los pagos. (p.42)

**Cuadro N°66:** Detalle de gastos administrativos

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA DE COMPRA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
<b>MANO DE OBRA</b>				<b>1.187,70</b>	<b>14.252,40</b>
Sueldo Gerente	Usd	500,00	160,00	659,83	7.918,00
Sueldo Secretaria/Contadora	Usd	400,00	160,00	527,87	6.334,40
<b>SUMINISTROS OFICINA</b>				<b>97,53</b>	<b>97,53</b>
Papel Bond tamaño A4	resma	4,00	2,00	8,00	8,00
Grapadora	unidad	3,00	3,00	9,00	9,00
Perforadora	unidad	5,00	3,00	15,00	15,00
Esferos	unidad	0,30	8,00	2,40	2,40
Grapas	caja	1,15	3,00	3,45	3,45
Carpetas archivadoras	unidad	2,46	8,00	19,68	19,68
Botellones de agua	unidad	2,00	20,00	40,00	40,00
<b>SUMINISTROS DE LIMPIEZA</b>				<b>9,83</b>	<b>117,96</b>
Escobas	unidad	2,00	1,00	2,00	24,00
Trapeador	unidad	2,30	1,00	2,30	27,60
Desinfectante	galon	3,15	1,00	3,15	37,80
Papel higiénico	unidad	0,35	4,00	1,40	16,80
Jabón liquido	unidad	0,98	1,00	0,98	11,76
<b>SERVICIOS BASICOS</b>				<b>36,00</b>	<b>432,00</b>
Agua Potable	mensual			4,00	48,00
Teléfono	mensual			22,00	264,00
Energía Eléctrica	mensual			10,00	120,00
<b>TOTAL</b>				<b>1.331,06</b>	<b>14.899,89</b>

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Análisis:**

Para el detalle de los gastos administrativos se analiza la mano de obra, suministros oficina, suministros de limpieza y los servicios básicos con un valor anual de \$14.899,89.

**Cuadro N°67:** Detalle de gastos de ventas

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA DE COMPRA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Sueldo Vendedor	Usd	400,00	160,00	527,87	6.334,40
Valla publicitaria	Und	2.000,00	1,00	166,67	2.000,04
Radio	USD	420,00	1,00	420,00	1.260,00
Facebook	USD	6,67	1,00	6,67	80,04
<b>TOTAL</b>				<b>1.114,54</b>	<b>9.674,48</b>

Elaborado por: Fernando Tipan.

**Análisis:**

En el detalle de gastos de ventas los rubros que se especifican es el sueldo vendedor, la valla publicitaria, radio, Facebook, por ende, se desprende un total anual de \$9.674,48.

**Cuadro N°68:** Detalle de gastos financieros

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA DE COMPRA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Pago préstamo interés	Unidad		12,00	132,58	1.590,99
<b>TOTAL</b>				<b>132,58</b>	<b>1.590,99</b>
<b>TOTAL DE GASTOS</b>				<b>2.578,18</b>	<b>26.165,36</b>

Elaborado por: Fernando Tipan.

**Análisis:**

En los gastos financieros se considera el pago préstamo interés, el valor anual total arroja la cantidad de \$1.590,99, dando así un total de gastos mensuales administrativos, de ventas, y financieros de \$2.578,18, y anual de \$26.165,36.

**Cuadro N°69:** Proyección de gastos administrativos

DESCRIPCION	GASTO	GASTO		TOTAL AÑO 1	GASTO		TOTAL AÑO 2
	MENSUAL	FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB	
MANO DE OBRA	1.187,70	14.252,40		14.252,40	14.252,40		14.252,40
SUMINISTROS OFICINA	97,53		97,53	97,53		99,08	99,08
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	9,83		117,96	117,96		119,84	119,84
SERVICIOS BASICOS	36,00	432,00		432,00	432,00		432,00
<b>TOTALES</b>	<b>1.331,06</b>	<b>14.684,40</b>	<b>215,49</b>	<b>14.899,89</b>	<b>14.684,40</b>	<b>218,92</b>	<b>14.903,32</b>

GASTO		TOTAL AÑO 3	GASTO		TOTAL AÑO 4	GASTO		TOTAL AÑO 5
FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB	
14.252,40		14.252,40	14.252,40		14.252,40	14.252,40		14.252,40
	100,66	100,66		102,26	102,26		103,88	103,88
	121,74	121,74		123,68	123,68		125,64	125,64
432,00		432,00	432,00		432,00	432,00		432,00
14.684,40	222,40	<b>14.906,80</b>	14.684,40	225,93	<b>14.910,33</b>	14.684,40	229,53	<b>14.913,93</b>

Elaborado por: Fernando Tipan.

### Análisis:

En lo que respecta a la proyección de gastos administrativos para el año 1 es \$14.899,89, de allí se desprende el año 5 con un valor de \$14.913,93. Para la proyección de los gastos administrativos se consideró la tasa de inflación 1,59%, según el Banco Central del Ecuador (2016)

**Cuadro N°70:** Proyección de gastos de ventas

DESCRIPCION	GASTO	GASTO		TOTAL AÑO 1	GASTO		TOTAL AÑO 2
	MENSUAL	FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB	
Sueldo a vendedor	527,87	6.334,40		6.334,40	6.334,40		6.334,40
Valla publicitaria	166,67	2.000,04		2.000,04			
Radio	420,00		1.260,00	1.260,00		1.280,03	1.280,03
Facebook	6,67	80,04		80,04	80,04		80,04
<b>TOTALES</b>	<b>1.114,54</b>	<b>8.334,44</b>	<b>1.260,00</b>	<b>9.674,40</b>	<b>6.414,44</b>	<b>1.280,03</b>	<b>7.694,47</b>

GASTO		TOTAL AÑO 3	GASTO		TOTAL AÑO 4	GASTO		TOTAL AÑO 5
FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB	
6.334,40		6.334,40	6.334,40		6.334,40	6.334,40		6.334,40
	1.300,39	1.300,39		1.321,06	1.321,06		1.342,07	1.342,07
80,04		80,04	80,04		80,04	80,04		80,04
6.414,44	1.300,39	<b>7.714,83</b>	6.414,44	1.321,06	<b>7.735,50</b>	6.414,44	1.342,07	<b>7.756,51</b>

Elaborado por: Fernando Tipan.

### **Análisis:**

En la proyección de gastos de ventas se tomó en consideración la tasa de inflación 1,59%, según el Banco Central del Ecuador (2016), la lo cual para el año 1 se desglosa un valor de \$9.674,40, no obstante, en el año 5 se alcanza una cantidad de \$7.756,51.

**Cuadro N°71:** Proyección de gastos financieros

DESCRIPCION	GASTO	GASTO		TOTAL AÑO 1	GASTO		TOTAL AÑO 2	GASTO		TOTAL AÑO 3
	MENSUAL	FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB	
Pago préstamo interés	132,58	1.590,99		1.590,99	965,03		965,03	339,06		339,06
<b>TOTALES</b>	<b>132,58</b>	<b>1.590,99</b>		<b>1.590,99</b>	<b>965,03</b>	<b>0,00</b>	<b>965,03</b>	<b>339,06</b>	<b>0,00</b>	<b>339,06</b>

Elaborado por: Fernando Tipan

### **Análisis:**

En lo respeta a la proyección de gastos financieros con el pago préstamo interés en el año 1 es \$1.590,99, y para el año 3 es \$339,06.

### **Mano de Obra**

Lasso (2012), destaca. “Es el valor pagado a los trabajadores y obreros de una fábrica por el trabajo desarrollado en la elaboración de los productos manufacturados.”

**Cuadro N°72:** Rol de pagos área de producción

ORD	CARGO	CODIGO	INGRESOS			DESCUENTOS			VALOR A PAGAR
			SBU	OTROS	TOTAL	VARIOS	9,35%	TOTAL	
1	Jefe de producción		400,00	0,00	400,00	0,00	37,40	37,40	362,60
2	Operario 1		366,00	0,00	366,00	0,00	34,22	34,22	331,78
3	Operario 2		366,00	0,00	366,00	0,00	34,22	34,22	331,78
4	Operario 3		366,00	0,00	366,00	0,00	34,22	34,22	331,78
5	Operario 4		366,00	0,00	366,00	0,00	34,22	34,22	331,78
6	Operario 5		366,00	0,00	366,00	0,00	34,22	34,22	331,78
			<b>2.230,00</b>	<b>0,00</b>	<b>2.230,00</b>	<b>0,00</b>	<b>208,51</b>	<b>208,51</b>	<b>2.021,50</b>



PATRONAL	SECAP	IECE	XIII	XIV	FONDO	VACAC.	TOTAL	COSTO
11,15%	0,50%	0,50%			RESERVA			MO
44,60	2,00	2,00	33,33	33,33	33,33	16,67	165,27	527,87
40,81	1,83	1,83	30,50	30,50	30,50	15,25	151,22	483,00
40,81	1,83	1,83	30,50	30,50	30,50	15,25	151,22	483,00
40,81	1,83	1,83	30,50	30,50	30,50	15,25	151,22	483,00
40,81	1,83	1,83	30,50	30,50	30,50	15,25	151,22	483,00
40,81	1,83	1,83	30,50	30,50	30,50	15,25	151,22	483,00
<b>248,65</b>	<b>11,15</b>	<b>11,15</b>	<b>185,83</b>	<b>185,83</b>	<b>185,83</b>	<b>92,92</b>	<b>3.151,36</b>	<b>2.942,86</b>

Elaborado por: Fernando Tipan

### Cuadro N°73: Rol de pagos área administrativa

ORD	CARGO	CODIGO	INGRESOS			DESCUENTOS			VALOR A PAGAR
			SBU	OTROS	TOTAL	VARIOS	9,35%	TOTAL	
1	Administrador/Gerente		500,00	0,00	500,00	0,00	46,75	46,75	453,25
2	Secretaria/Contadora		400,00	0,00	400,00	0,00	37,40	37,40	362,60
			<b>500,00</b>	<b>0,00</b>	<b>500,00</b>	<b>0,00</b>	<b>46,75</b>	<b>46,75</b>	<b>453,25</b>

PATRONAL	SECAP	IECE	XIII	XIV	FONDO	VACAC.	TOTAL	COSTO
11,15%	0,50%	0,50%			RESERVA			GA
55,75	2,50	2,50	41,67	41,67	41,67	20,83	206,58	659,83
44,60	2,00	2,00	33,33	33,33	33,33	16,67	165,27	527,87
<b>100,35</b>	<b>4,50</b>	<b>4,50</b>	<b>75,00</b>	<b>75,00</b>	<b>75,00</b>	<b>37,50</b>	<b>371,85</b>	<b>1.187,70</b>

Elaborado por: Fernando Tipan

### Cuadro N°74: Rol de pagos área de venas

ORD	CARGO	CODIGO	INGRESOS			DESCUENTOS			VALOR A PAGAR
			SBU	OTROS	TOTAL	VARIOS	9,35%	TOTAL	
1	Vendedor		400,00	0,00	400,00	0,00	37,40	37,40	362,60
			<b>400,00</b>	<b>0,00</b>	<b>400,00</b>	<b>0,00</b>	<b>37,40</b>	<b>37,40</b>	<b>362,60</b>

PATRONAL	SECAP	IECE	XIII	XIV	FONDO	VACAC.	TOTAL	COSTO
11,15%	0,50%	0,50%			RESERVA			GA
44,60	2,00	2,00	33,33	33,33	33,33	16,67	165,27	527,87
<b>44,60</b>	<b>2,00</b>	<b>2,00</b>	<b>33,33</b>	<b>33,33</b>	<b>33,33</b>	<b>16,67</b>	<b>165,27</b>	<b>527,87</b>

Elaborado por: Fernando Tipan

## Depreciación

Palacios (2006), puntualiza que:

La depreciación es la pérdida del valor de un activo físico (edificios, maquinas, muebles, etc.) con motivo de uso. Para prevenir la necesidad de reemplazo de un determinado activo al final de su vida útil, será necesario traspasar cada año una parte de utilidades de una empresa a un fondo especial llamado fondo para

depreciación, reserva de depreciación o depreciación acumulada. De este modo, las contrapartidas de la reserva serán gastos o cargos por depreciación. (p.127)

**Cuadro N°75: Depreciaciones**

DESCRIPCIÓN	VIDA UTIL	VALOR	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				<b>105,70</b>
Escritorio recto de oficina	10,00	130,00	0,10	13,00
Sillas de oficina ejecutivo giratoria	10,00	119,00	0,10	11,90
Tandem silla de espera	10,00	259,00	0,10	25,90
Archivador metálico de 4 gavetas	10,00	139,00	0,10	13,90
Tv Led Samsug 32 HD Smart	10,00	410,00	0,10	41,00
Mesa para reuniones	10,00	300,00		
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>				<b>1.556,50</b>
Máquina Cerradora de Codo marca BROTHER.	10,00	5.500,00	0,10	550,00
Máquina Recta marca JUKI.	10,00	580,00	0,10	58,00
Máquina Overlock de 3 hilos marca JUKI.	10,00	3.500,00	0,10	350,00
Máquina Overlock de 5 hilos marca JUKI.	10,00	1.400,00	0,10	140,00
Máquina Atracadora marca SIRUBA.	10,00	2.400,00	0,10	240,00
Máquina Recubridora 3 agujas marca KANSAI SPECIAL	10,00	1.480,00	0,10	148,00
Cortadora de tela marca HONG SHENG.	10,00	500,00	0,10	50,00
Plancha	10,00	160,00	0,10	16,00
Extintor de 5 libras de Co2	1,00	45,00	0,10	4,50
<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>				<b>244,20</b>
Computadora de Escritorio dual core 4ta generación.	3,00	460,00	0,33	151,80
Impresora Epson + Tanques de Tinta.	3,00	280,00	0,33	92,40
<b>TOTAL</b>				<b>1.906,40</b>

**Elaborado por:** Fernando Tipan

**Cuadro N°76: Proyección de las depreciaciones**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MUEBLES Y ENSERES	105,70	105,70	105,70	105,70	105,70
MAQUINARIA, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS	1.556,50	1.556,50	1.556,50	1.556,50	1.556,50
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	244,20	244,20	244,20		
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>1.906,40</b>	<b>1.906,40</b>	<b>1.906,40</b>	<b>1.662,20</b>	<b>1.662,20</b>

**Elaborado por:** Fernando Tipan

## 5.4 CÁLCULO DE INGRESOS

Alcarria (2009), expresa que:

Son incrementos del patrimonio neto, distintos de las aportaciones de fondos a la entidad por parte de los propietarios, como consecuencia de las actividades económicas de venta de bienes o prestación de servicios o como consecuencia de

las variaciones en el valor de activos y pasivos que deben reconocerse contablemente. En todo caso, los ingresos se materializan en incrementos en el valor los activos o disminución el valor de sus pasivos (o combinaciones de los dos). (p.28)

**Cuadro N°77: Ingresos**

PRODUCTOS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO MENSUAL	MARGEN DE UTILIDAD		INGRESOS MENSUALES	UNIDADES PRODUCIDAS	PRECIO DE VENTA UNITARIO
			%	\$			
Pantalón jean no lavable	unidad	9.094,70	10	909,47	10.004,17	500,00	20,01
<b>TOTAL</b>		<b>9.094,70</b>	<b>10</b>	<b>909,47</b>	<b>10.004,17</b>	<b>500,00</b>	<b>20,01</b>

**Elaborado por:** Fernando Tipan

#### **Análisis:**

Con el cálculo de ingresos se tiene ingresos mensuales de \$10.004,17, dando un precio de venta unitario de \$20,01 del pantalón jeans no lavable.

**Cuadro N°78: Proyección de Ingresos**

DESCRIPCIÓN	CANT MENSUAL	CANT ANUAL	PRECIO	TOTAL	CANT	PRECIO	TOTAL
			UNIT.	AÑO 1		UNIT.	AÑO 2
Pantalón jean no lavable	500	6.000,00	20,01	120.050,08	6.095,40	20,36	124.129,74
<b>Total</b>	<b>500</b>	<b>6.000,00</b>		<b>120.050,08</b>	<b>6.095,40</b>		<b>124.129,74</b>

CANT	PRECIO	TOTAL	CANT	PRECIO	TOTAL	CANT	PRECIO	TOTAL
	UNIT.	AÑO 3		UNIT.	AÑO 4		UNIT.	AÑO 5
6.192,32	20,73	128.348,04	6.290,77	21,10	132.709,70	6.390,80	21,47	137.219,58
<b>6.192,32</b>		<b>128.348,04</b>	<b>6.290,77</b>		<b>132.709,70</b>	<b>6.390,80</b>		<b>137.219,58</b>

**Elaborado por:** Fernando Tipan

#### **Análisis:**

En la proyección de ingresos fueron analizados cinco años, en base a la de inflación de 1,59% según el Banco Central del Ecuador (2016), en el año 1 se muestra la cantidad de \$120.050,08, y en el año 5 es \$137.219,58, para la

proyección del precio de venta se establece con el 1,78% Índice del precio al consumidor IPC.

## 5.5 FLUJO DE CAJA

Duarte y Fernández (2005), destacan que:

Flujo de efectivo, “cash flow”, presupuesto de caja, planeación y control del efectivo, etc., es una importante herramienta para la dirección, pues ayuda a estimar las necesidades de efectivo de la empresa en diversas épocas del año. Resume las entradas y las salidas de efectivo que se estiman ocurrirán en un período próximo, comparándolos y asimilándolos al saldo inicial al principio del año. (p.78)

**Cuadro N°79:** Flujo de caja

	DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>A</b>	<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>						
	Ingresos		120.050,08	124.129,74	128.348,04	132.709,70	137.219,58
	Recursos Propios	8.613,07					
	Préstamo	15.995,69					
	<b>TOTAL INGRESOS OPERACIONALES</b>	24.608,76	120.050,08	124.129,74	128.348,04	132.709,70	137.219,58
<b>B</b>	<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>						
	(-)Inversión inicial	22.371,60					
	Depreciaciones		1.906,40	1.906,40	1.906,40	1.662,20	1.662,20
	(-)Gasto de venta		9.674,48	7.694,47	7.714,83	7.735,50	7.756,51
	(-) Gasto Administrativo		14.899,89	14.903,32	14.906,80	14.910,33	14.913,93
	(-) Costos fijos y variables		75.030,28	75.613,33	75.665,64	76.807,38	77.418,68
	<b>TOTAL DE EGRESOS OPERACIONALES</b>		101.511,05	100.117,52	100.193,67	101.115,41	101.751,31
<b>C</b>	<b>TOTAL FLUJO OPERACIONAL (A-B)</b>		18.539,03	24.012,22	28.154,38	31.594,28	35.468,26
	(-) Gasto Financiero		1.590,99	965,03	339,06	0,00	
	(-) Pago capital préstamo		5.331,90	5.331,90	5.331,90	0,00	
	<b>FLUJO NO OPERACIONAL ANTES DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES</b>		11.616,14	17.715,30	22.483,42	31.594,28	35.468,26
	(-) Pago utilidades trabajadores 15 %		1.742,42	2.657,29	3.372,51	4.739,14	5.320,24
<b>F</b>	<b>FLUJO NO OPERACIONAL ANTES DE IMPUESTO (D-E)</b>		9.873,72	15.058,00	19.110,90	26.855,14	30.148,02
	(-) Pago Impuesto a la Renta			234,80	666,31	1.760,77	2.254,70
	Depreciaciones		1.906,40	1.906,40	1.906,40	1.662,20	1.662,20
<b>G</b>	<b>FLUJO NETO GENERADO</b>		7.967,32	12.916,80	16.538,19	23.432,17	26.231,12
<b>H</b>	<b>SALDO INICIAL DE CAJA</b>		2.237,16	10.204,48	23.121,28	39.659,47	63.091,64
<b>I</b>	<b>SALDO FINAL DE CAJA (G+H)</b>	2.237,16	10.204,48	23.121,28	39.659,47	63.091,64	89.322,76

**Elaborado por:** Fernando Tipan

## Análisis:

Como se puede observar en la empresa su inversión inicial es \$22.371,60, para el año 1 se obtiene un flujo neto generado para el año 1 de \$7.967,32, en el año 2 se incrementa a \$12.916,80, en cuanto al año 3 es \$16.538,19, para el año 4 es de \$23.432,17, y con relación al año 5 es \$26.231,12.

## 5.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

Horngren, Datar y Foster (2007), puntualizan que:

El punto de equilibrio es la cantidad de producción vendida en la que el total de ingresos es igual al total de costos; es decir, la utilidad operativa des cero. A los gerentes les interesa el punto de equilibrio porque desean evitar pérdidas operativas. El punto de equilibrio les indica cuanta producción deben vender para evitar una pérdida. (p. 65)

**Cuadro N°80:** Punto de equilibrio año 1

Descripción	Valores
Ingresos totales	120.050,08
Número unidades	6.000,00
Precio unitario de venta	20,01

Descripción	Costo fijo	Costo Variable	Costo Total
Costos de Fabricación	37.820,68	37.209,60	75.030,28
Gastos de Administración	14.684,40	215,49	14.899,89
Gastos de Ventas	8.334,44	1.260,00	9.594,44
Gastos Financieros	1.590,99	0,00	1.590,99
<b>SUMAN</b>	<b>62.430,51</b>	<b>38.685,09</b>	<b>101.115,60</b>

**Elaborado por:** Fernando Tipan

Punto de Equilibrio Monetario \$ = Costo fijo / (1 - (Costo variable/Ingresos de venta))

P.E. \$ = \$ 62.430,51/ (1-(38.685,09/120.050,08))

P.E. \$ = \$ 62.430,51/ \$ 0,68

**P.E. \$ = \$ 92.113,18 USD en ventas al año**

**P.E. \$ = \$ 7.676,10 USD en ventas mensuales**

Punto de Equilibrio Unidades  $U = \text{Costos fijos} / (\text{Precio de venta unitario} - \text{Costo variable unitario})$

$$\text{P.E. u} = 62.430,51 / (20,01 - 6,45)$$

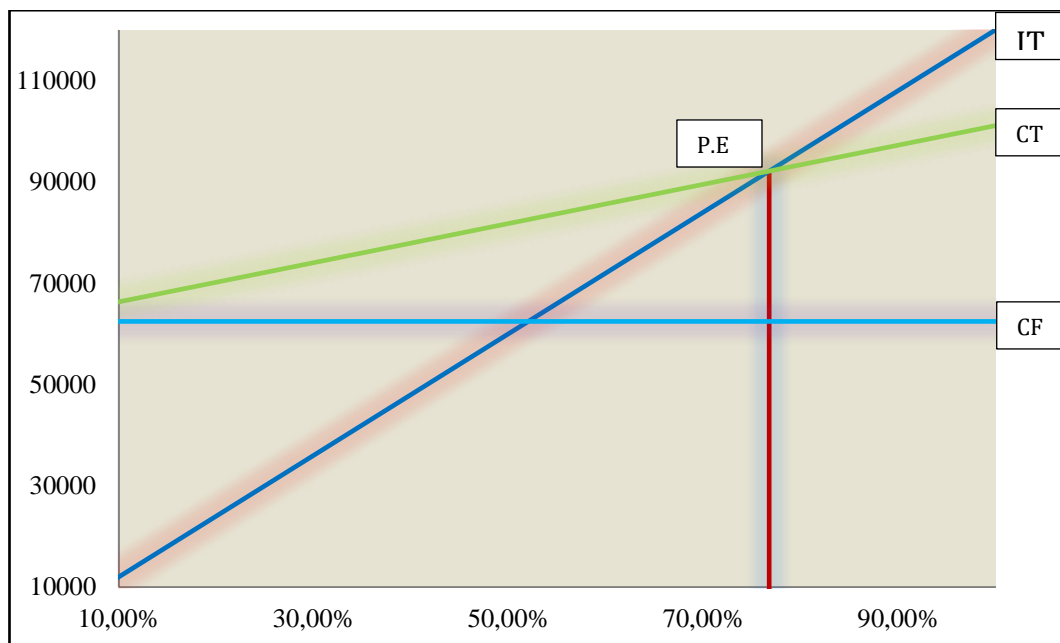
$$\text{P.E. u} = 62.430,51 / 13,56$$

$$\text{P.E. u} = \mathbf{4.604} \text{ Unidades vendidas al año}$$

Punto de Equilibrio % =  $\text{Punto de Equilibrio \$} * 100 / \text{Ingresos Totales}$

$$\text{P.E. \%} = 92.113,18 * 100 / 120.050,08$$

$$\text{P.E. \%} = \mathbf{76,73\%}$$



**Gráfico N°29:** Punto de equilibrio año 1

**Elaborado por:** Fernando Tipán.

### **Análisis:**

Con los resultados adquiridos en el punto de equilibrio se concluye que se debe vender \$92.113,18 al año, con un total de 4.604 unidades, esto corresponde a un 76,73%, de tal modo que la empresa sea capaz de sustentar tanto sus costos fijos como sus costos variables, con estas cantidades cabe destacar que el proyecto obtiene ganancia.

## 5.7 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Bernal (2004), indica que:

El estado de resultados representa la dinámica de la empresa, lo que ha ocurrido en un período determinado: los resultados, la utilidad o déficit como consecuencia de las operaciones. Presenta un resumen de los ingresos y gastos de una entidad durante un periodo específico (un mes o un año). Es como un video de las operaciones de la entidad durante el periodo. Contiene la información más importante acerca de un negocio, su utilidad neta. (p.154)

**Cuadro N°81:** Estado de resultados proyectado

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por ventas	120.050,08	124.129,74	128.348,04	132.709,70	137.219,58
(-) Costo de Ventas	75.030,28	75.613,33	75.665,64	76.807,38	77.418,68
(=) <b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>45.019,80</b>	<b>48.516,41</b>	<b>52.682,40</b>	<b>55.902,32</b>	<b>59.800,89</b>
(-) Gastos de venta	9.674,48	7.694,47	7.714,83	7.735,50	7.756,51
(=) <b>UTILIDAD NETA EN VENTAS</b>	<b>35.345,32</b>	<b>40.821,94</b>	<b>44.967,57</b>	<b>48.166,82</b>	<b>52.044,39</b>
(-) Gastos Administrativos	14.899,89	14.903,32	14.906,80	14.910,33	14.913,93
(=) <b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>20.445,43</b>	<b>25.918,62</b>	<b>30.060,78</b>	<b>33.256,48</b>	<b>37.130,46</b>
(-) Gastos Financieros	6.922,89	6.296,93	5.670,96	0,00	0,00
(+) Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) <b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES</b>	<b>13.522,54</b>	<b>19.621,70</b>	<b>24.389,82</b>	<b>33.256,48</b>	<b>37.130,46</b>
(-) 15% Participación trabajadores	2.028,38	2.943,25	3.658,47	4.988,47	5.569,57
(=) <b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>11.494,16</b>	<b>16.678,44</b>	<b>20.731,34</b>	<b>28.268,01</b>	<b>31.560,89</b>
(-) Impuesto a la renta	0,00	234,80	666,31	1.760,77	2.254,70
(=) <b>UTILIDAD Ó PÉRDIDA DEL EJERCICIO</b>	<b>11.494,16</b>	<b>16.443,64</b>	<b>20.065,03</b>	<b>26.507,24</b>	<b>29.306,19</b>

Elaborado por: Fernando Tipan.

### Análisis:

En el Estado de Resultados proyectado se observa que para el año 1 la empresa alcanzará una total \$11.494,16, lo cual es una perdida debido a que se debe recuperar la inversión, y cancelar el interés más capital del préstamo obtenido en la cooperativa, en el año 2 será \$16.443,64, año 3 asciende a \$20.065,03, en lo que relativo al año 4 se tiene un monto de \$26.507,24, y para el año 5 es \$29.306,19.

## 5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA

### a) Indicadores

#### a.1) Valor Actual Neto

Según Leiva (2007), en su libro matiza que:

Valor actual neto, es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos o entradas futuras descontadas del proyecto a la inversión inicial. La tasa de descuento o actualización es la tasa mínima aceptable. VNA es la función financiera que calcula el valor el valor actual neto de los flujos de caja futuros y periódicos de una inversión, a una tasa de descuento determinada. Para obtener el valor actual neto o VAN de la inversión, se debe restar al resultado de la función VNA la inversión inicial. (p.105)

$$VAN = -\text{Inv. Ini} + \frac{(FNE1)}{(1+i)^1} + \frac{(FNE2)}{(1+i)^2} + \frac{(FNE3)}{(1+i)^3} + \frac{(FNE4)}{(1+i)^4} + \frac{(FNE5)}{(1+i)^5}$$

$$VAN - 22.371,60 + \frac{7.967,32}{(1+0,1463)^1} + \frac{12.916,80}{(1+0,1463)^2} + \frac{16.538,19}{(1+0,1463)^3} + \frac{23.432,17}{(1+0,1463)^4} + \frac{26.231,12}{(1+0,1463)^5}$$

$$VAN - 22.371,60 + \frac{7.931,58}{1,1463} + \frac{12.916,80}{1,3140} + \frac{16.538,19}{1,5062} + \frac{23.432,17}{1,7266} + \frac{26.231,12}{1,9792}$$

$$VAN - 22.371,60 + 6.950,46 + 9.830,11 + 10.979,77 + 13.571,23 + 13.253,34$$

$$VAN = \$ 32.213,32.$$

#### Análisis:

El valor actual neto alcanzado es \$32.213,32, esto significa que es mayor a 0 y mayor que la inversión, lo que implica la viabilidad para la ejecución del proyecto.



**Cuadro N°82:** Costo promedio ponderado de capital

TMAR	VALOR	ESTRUCTURA	COSTO DE OPORTUNIDAD	PONDERACIÓN
RECURSOS PROPIOS	8.613,07	35%	20,00%	7,00%
RECURSOS AJENOS	15.995,69	65%	11,74%	7,63%
<b>TOTAL</b>	<b>24.608,76</b>	<b>100%</b>	<b>31,74%</b>	<b>14,63%</b>

Elaborado por: Fernando Tipan.

**TMAR del Proyecto = 14,63%**

### **Análisis:**

La tasa mínima aceptable de rendimiento para la creación de la empresa es del 14,63%, que constituye el costo de oportunidad del capital de inversión como resultado se tiene un valor de \$24.608,76, es decir que el proyecto es fatible pues es superior a cero.

### **a.2) Tasa Interna de Retorno**

Según Mete (2014) en su apartado señala que:

Es otro criterio utilizado para la toma de decisiones sobre los proyectos de inversión y financiamiento. Se define como la tasa de descuento que iguala el valor presente de los ingresos del proyecto con el valor presente de los egresos. Es la tasa de interés que, utilizada en el cálculo del Valor Actual Neto, hace que este sea igual a 0. (p.71)

**Cuadro N°83:** Tasa interna de retorno

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)</b>	0,00	9.873,72	15.058,00	19.110,90	26.855,14	30.148,02
<b>FLUJO NETO GENERADO (C-F)</b>	-22.371,60	7.967,32	12.916,80	16.538,19	23.432,17	26.231,12
<b>SALDO INICIAL DE CAJA</b>	0,00	2.237,16	10.204,48	23.121,28	39.659,47	63.091,64
<b>SALDO FINAL DE CAJA (G+H)</b>	22.371,60	10.204,48	23.121,28	39.659,47	63.091,64	89.322,76
<b>FLUJO ACUMULADO</b>	22.371,60	10.204,48	33.325,75	72.985,23	136.076,87	225.399,63
<b>MESES DEL AÑO</b>		12				

Elaborado por: Fernando Tipan.

**TIR=** 54%

**VAN0=** 0,00

**Análisis:**

Según el cálculo efectuado se tiene la tasa interna de retorno de un 54%, principio que significa la aceptación y rentabilidad del proyecto.

**a.3) Beneficio Costo**

Sapag (2007), hace hincapié en que: “La relación costo beneficio compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión” (p.256).

**BENEFICIO/COSTO=** 1,26

**Análisis:**

El presente plan de negocios tiene un beneficio costo de 1,26, es decir que por cada dolar invertido se tendrá 26 veces el beneficio para la empresa.

**a.4) Período de Recuperación**

Soriano y Pinto (2006), detallan que:

El período de recuperación o pay Back es el plazo de tiempo que una empresa tarda en recuperar su inversión inicial vía ingreso de los flujos de caja futuros estimados. A través del periodo de recuperación se estudia la liquidez de la inversión, es decir, la capacidad de la misma de convertirse en efectivo sin que ello suponga una pérdida en su valor. (p.158)

#### Cuadro N°84: Periodo de recuperación

Inversión inicial	Flujos Netos	Saldo
24.608,76		
Año 1	7.967,32	-16.641,44
Año 2	12.916,80	-3.724,64
Año 3	16.538,19	12.813,55
Año 4	23.432,17	36.245,72
Año 5	26.231,12	62.476,84

Elaborado por: Fernando Tipan.

$$PRI = \text{Año que supera la inversión} \frac{\text{Inversión} - \text{suma primeros Flujos}}{\text{Flujo Neto del año que supera la inversión}}$$

$$PRI = 3 \frac{24.608,76 - 37.422,31}{16.538,19}$$

$$PRI = 2,23$$

$$PRI \text{ AÑO} = 2 \text{ años}$$

$$PRI \text{ meses} = 0,23 * 12 = 2,76$$

$$PRI \text{ días} = 0,76 * 30 = 23$$

#### Análisis:

La inversión del presente proyecto se recuperará en 2 años con 2 meses y 23 días.

#### b) Razones

##### b.1) Liquidez

(Monzón, 2009), afirma que:

La liquidez está relacionada con la capacidad de pagar las obligaciones que la empresa ha contraído en momentos concretos de vencimiento. La empresa se encuentra en situación permanente de liquidez si es capaz de satisfacer todos los pagos a que está obligado y además dispone de unos saldos adecuados de dinero disponible en el activo del balance. La existencia de una liquidez suficiente es consecuencia o resultado de una situación previa: la empresa se encuentra en situación de equilibrio financiero. (p.9)

**Cuadro N°85: Liquidez**

INDICADOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Razón Corriente = $\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	1,66	2,61	3,54	0,00	0

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Análisis:**

La liquidez para el año 1 es 1,66, para el año 2 es 2,61 y en el año 3 es 3,54, esto evidencia que cuando mayor es la cantidad de esta razón, mayor será la amplitud de la empresa de pagar sus deudas.

**b.2) Rentabilidad**

(Kiziryan, 2015), delimita que:

La rentabilidad hace referencia a los beneficios que se han obtenido o se pueden obtener de una inversión que hemos realizado previamente. Tanto en el ámbito de las inversiones como en el ámbito empresarial es un concepto muy importante porque es un buen indicador del desarrollo de una inversión y de la capacidad de la empresa para remunerar los recursos financieros utilizados.

**Cuadro N°86: Rentabilidad**

INDICADOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rentabilidad = $\frac{\text{Utilidad del Ejercicio}}{\text{Ventas}} * 100$ sobre ventas	10%	13%	16%	20%	21%

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Análisis:**

la rentabilidad conseguida para la empresa de producción de prendas jeans no lavables, es de 10% para el año 1, para el año 2 de 13%, en el año 3 de 16%, para el cuarto año una rentabilidad del 20%, y para el año 5 de 21%.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alcarria, J. (2009). *Contabilidad financiera I*. España: Universitat Jaume I.
- Bernal, M. (2004). *Contabilidad, Sistema Y Gerencia*. Venezuela: CEC.
- Cantón, I. (2010). INTRODUCCIÓN A LOS PROCESOS DE CALIDAD .  
*Revista REICE*, 4.
- Duarte, J., & Fernández, L. (2005). *Finanzas operativas, un coloquio*. México: IPADE.
- Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos de Marketing* . Buenos Aires : Ediciones Granica S.A. .
- Empresa Municipal Cuerpo de Bomberos Ambato. (2011). *Requisitos obtención de permiso de funcionamiento*. Obtenido de <http://www.bomberosmunicipalesambato.com/pagina.php?id=3&id1=5&submenuheader=0>
- ForosEcuador. (15 de 09 de 2014). *Como registrar una marca o logotipo en el IEPI*. Obtenido de <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/7880-como-registrar-una-marca-o-logotipo-en-el-iepi>
- Fullana, C., & Paredes, J. (2008). *Manual de contabilidad de costes*. España: DELTA.
- GAD Municipalidad de Ambato. (2016). *Planificación / GAD Municipalidad de Ambato*. Obtenido de <http://www.ambato.gob.ec/planificacion>
- Grajales, G. (2010). *Estudio de Mercado y Comercialización* . Bogotá : IICA - CIDIA .
- INDIQUIMICA. (2016). *INDIQUIMICA - INDUSTRIA DEL JEANS*. Obtenido de <http://indiquimica.com.ec/jean.htm>
- INEC. (2013). *Requisitos para sacar el RUC para Personas Naturales*. Obtenido de <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/econom%C3%ADa-y-finanzas/254-requisitos-para-sacar-el-ruc>
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (11 de 09 de 2014). *Plan Medico Funcional*. Obtenido de

[http://www.iess.gob.ec/documents/10162/3321614/PMF+HOSPITAL+LA TACUNGA.pdf](http://www.iess.gob.ec/documents/10162/3321614/PMF+HOSPITAL+LA+TACUNGA.pdf)

Kiziryan, M. (05 de 11 de 2015). *Rentabilidad - Economipedia*. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/rentabilidad.html>

Lasso, A. (2012). *ELEMENTOS DEL COSTO* . Ecuador: Universidad Central del Ecuador .

Leiva, J. (2007). *Los emprendedores y la creación de empresas*. Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica.

LEY DE EMPRESAS UNIPERSONALES DE RESPONSABILIDAD LIMITADA. (26 de 01 de 2006). Obtenido de <https://supercias.gov.ec/web/privado/marco%20legal/LEY%20DE%20EMPRESAS%20UNIPERSONALES.pdf>

Mariby, B., & Sandrea, M. (2009). Estrategias de financiamiento para el desarrollo endógeno del sector confección zuliano. *Revista Telos*, 406.

Mete, M. (2014). VALOR ACTUAL NETO Y TASA DE RETORNO: SU UTILIDAD COMO HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN. *Revista SCIELO*, 71.

Monzón, J. (2009). *Análisis de liquidez, endeudamiento y valor*. México: UOC.

Ortiz, J. (29 de 04 de 2015). *¿CÓMO HACER UN BUEN PLAN DE INVERSIÓN?* Obtenido de <http://finanzasyproyectos.net/como-hacer-un-buen-plan-de-inversion/>

Palacios, H. (2006). *Fundamentos técnicos de la matemática financiera*. Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.

REGLAMENTO DEL SEGURO GENERAL DE RIESGOS DEL TRABAJO. (2011). *REGLAMENTO DEL SEGURO GENERAL DE RIESGOS DEL TRABAJO. Resolución del IESS 390. Registro Oficial Suplemento 599 de 19-dic-2011. Estado: Vigente*. Obtenido de Art. 17.- Prestaciones por Accidentes de Trabajo.- El derecho a las prestaciones originadas por

Reveles, R. (2004). *Costos I*. México: UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA.

Sapag, N. (2007). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación*. México: PEARSON EDUCACIÓN .

- Soldevila, P., Oliveras, E., & Bagur, L. (2010). *Contabilidad general con el nuevo PGC: Un enfoque práctico, paso a paso*. España: PROFIT.
- Soriano, B., & Pinto, C. (2006). *Finanzas para no financieros*. España: FC.
- Spencer, & Milton. (1993). *Economía Contemporanea 3a edición*. México: Editorial Reverté, S.A. .
- Sulser, R., & Pedroza, J. (2004). *Exportación Efectiva*. México: ISEF EMPRESA LIDER.
- Torres, R., & Córdova, V. (2008). *Marketing Promocional*. España: Editorial Vertice.
- TrámitesEcuador. (2016). *Patente Municipal – Obtención de clave «Tramites.Ecuado*. Obtenido de <http://tramites.ecuadorlegalonline.com/social/municipio-quito/patente-municipal-obtencion-de-clave/>

## Anexos

### Anexo N°1: Encuesta



#### ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

**PROYECTO:** Plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la producción de prendas jeans no lavables en el Cantón Pelileo provincia de Tungurahua.

**DIRIGIDO A:** Obreros y mecánicos del cantón Pelileo.

**OBJETIVO:** Investigar el nivel de aceptación para la creación de una empresa dedicada a la producción de prendas jeans no lavables en el Cantón Pelileo provincia de Tungurahua.

**INSTRUCCIONES:** Conteste la respuesta que considera la más idónea según su criterio. Procure ser lo más equitativo y veraz.

**Pregunta 1.-** ¿Señale los tipos de prendas jeans que adquiere con frecuencia?

Pantalones	<input type="checkbox"/>
Camisas	<input type="checkbox"/>
Chalecos	<input type="checkbox"/>
Chompas	<input type="checkbox"/>
Bermudas	<input type="checkbox"/>
Blusas	<input type="checkbox"/>
Vestidos	<input type="checkbox"/>
Faldas	<input type="checkbox"/>



**Pregunta 2.-** ¿Usa usted prendas jeans de marca?

Siempre ☐

A veces ☐

Nunca ☐

Otros ☐

Cuales \_\_\_\_\_

**Pregunta 3.-** ¿Mencione en que sitios prefiere comprar las prendas jeans?

Centros comerciales ☐

Boutique ☐

Locales ☐

Mercados ☐

**Pregunta 4.-** ¿Qué atributos considera de mayor importancia cuando compra una prenda jean?

Precio accesible ☐

Diseño innovador ☐

Acorde a la moda ☐

Atención al cliente ☐

Calidad de la prenda. ☐

Otros ☐

Cuales \_\_\_\_\_

**Pregunta 5.-** ¿Cuál es su frecuencia de compra en una prenda jean?

Trimestral ☐

Semestral ☐

Anual ☐

Otros ☐

Cuales \_\_\_\_\_

**Pregunta 6.-** ¿Cuáles son las razones por las que no compraría una prenda jean?

Precio elevado.	<input type="checkbox"/>
Por encuentra los mismos modelos	<input type="checkbox"/>
No hay la talla que busca.	<input type="checkbox"/>
El diseño no se ajusta a sus necesidades.	<input type="checkbox"/>
La atención que recibe es inadecuada.	<input type="checkbox"/>
Por la dificultad en el lavado de la prenda	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>
Cuales _____	

**Pregunta 7.-** ¿Cuándo compra un pantalón jean la forma de pago que le gustaría recibir es?

Al contado.	<input type="checkbox"/>
Tarjetas de Crédito.	<input type="checkbox"/>

**Pregunta 8.-** ¿Conoce Usted acerca de prendas jeans no lavables?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

**Pregunta 9.-** ¿En qué medios de publicidad le gustaría que se promocioe las prendas jeans no lavables?

**Anuncios en la prensa.**

Heraldo.	<input type="checkbox"/>
La Hora.	<input type="checkbox"/>

**Televisión.**

TV color canal 36.	<input type="checkbox"/>
Ambavision.	<input type="checkbox"/>
Unimax.	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>
Cuales _____	

**Radio.**

Estéreo Única. ☐

Fantasma. ☐

Otros ☐

Cuales \_\_\_\_\_

Vallas publicitarias. ☐

Banners. ☐

Hojas Volantes. ☐

Afiches. ☐

Folletos/Revistas. ☐

**Pregunta 10.-** ¿Considera Usted que si existiera una empresa dedicada a la producción de prendas jeans no lavables en el Cantón Pelileo beneficiaria al sector textil?

Si ☐

No ☐

Por qué \_\_\_\_\_

**Pregunta 11.-** ¿En el momento de comprar un jean, usted prefiere el jean normal o un jean no lavable?

Jean normal ☐

Jean no lavable ☐

**Anexo N°2:** Tabla de amortización


TABLA DE AMORTIZACION					
BENEFICIARIO					
INSTIT. FINANCIERA					
MONTO		16.125,69			
TASA		11,7400%		T. EFECTIVA	11,8300%
PLAZO		3 años			
GRACIA		0 años			
FECHA DE INICIO		01-Dic-2016			
MONEDA		DOLARES			
AMORTIZACION CADA		30	días		
Número de períodos		36	para amortizar capital		
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		\$ 16.125,69			
1	31-Dic-2016	\$ 15.677,76	\$ 157,76	\$ 447,94	\$ 605,70
2	30-Ene-2017	\$ 15.229,82	\$ 153,38	\$ 447,94	\$ 601,32
3	01-Mar-2017	\$ 14.781,89	\$ 149,00	\$ 447,94	\$ 596,93
4	31-Mar-2017	\$ 14.333,95	\$ 144,62	\$ 447,94	\$ 592,55
5	30-Abr-2017	\$ 13.886,01	\$ 140,23	\$ 447,94	\$ 588,17
6	30-May-2017	\$ 13.438,08	\$ 135,85	\$ 447,94	\$ 583,79
7	29-Jun-2017	\$ 12.990,14	\$ 131,47	\$ 447,94	\$ 579,41
8	29-Jul-2017	\$ 12.542,21	\$ 127,09	\$ 447,94	\$ 575,02
9	28-Ago-2017	\$ 12.094,27	\$ 122,70	\$ 447,94	\$ 570,64
10	27-Sept-2017	\$ 11.646,33	\$ 118,32	\$ 447,94	\$ 566,26
11	27-Oct-2017	\$ 11.198,40	\$ 113,94	\$ 447,94	\$ 561,88
12	26-Nov-2017	\$ 10.750,46	\$ 109,56	\$ 447,94	\$ 557,49
13	26-Dic-2017	\$ 10.302,53	\$ 105,18	\$ 447,94	\$ 553,11
14	25-Ene-2018	\$ 9.854,59	\$ 100,79	\$ 447,94	\$ 548,73
15	24-Feb-2018	\$ 9.406,65	\$ 96,41	\$ 447,94	\$ 544,35
16	26-Mar-2018	\$ 8.958,72	\$ 92,03	\$ 447,94	\$ 539,96
17	25-Abr-2018	\$ 8.510,78	\$ 87,65	\$ 447,94	\$ 535,58
18	25-May-2018	\$ 8.062,85	\$ 83,26	\$ 447,94	\$ 531,20
19	24-Jun-2018	\$ 7.614,91	\$ 78,88	\$ 447,94	\$ 526,82
20	24-Jul-2018	\$ 7.166,98	\$ 74,50	\$ 447,94	\$ 522,44
21	23-Ago-2018	\$ 6.719,04	\$ 70,12	\$ 447,94	\$ 518,05
22	22-Sept-2018	\$ 6.271,10	\$ 65,73	\$ 447,94	\$ 513,67
23	22-Oct-2018	\$ 5.823,17	\$ 61,35	\$ 447,94	\$ 509,29
24	21-Nov-2018	\$ 5.375,23	\$ 56,97	\$ 447,94	\$ 504,91
25	21-Dic-2018	\$ 4.927,30	\$ 52,59	\$ 447,94	\$ 500,52
26	20-Ene-2019	\$ 4.479,36	\$ 48,21	\$ 447,94	\$ 496,14
27	19-Feb-2019	\$ 4.031,42	\$ 43,82	\$ 447,94	\$ 491,76
28	21-Mar-2019	\$ 3.583,49	\$ 39,44	\$ 447,94	\$ 487,38
29	20-Abr-2019	\$ 3.135,55	\$ 35,06	\$ 447,94	\$ 482,99
30	20-May-2019	\$ 2.687,62	\$ 30,68	\$ 447,94	\$ 478,61
31	19-Jun-2019	\$ 2.239,68	\$ 26,29	\$ 447,94	\$ 474,23
32	19-Jul-2019	\$ 1.791,74	\$ 21,91	\$ 447,94	\$ 469,85
33	18-Ago-2019	\$ 1.343,81	\$ 17,53	\$ 447,94	\$ 465,47
34	17-Sept-2019	\$ 895,87	\$ 13,15	\$ 447,94	\$ 461,08
35	17-Oct-2019	\$ 447,94	\$ 8,76	\$ 447,94	\$ 456,70
36	16-Nov-2019	\$ -0,00	\$ 4,38	\$ 447,94	\$ 452,32

**Elaborado por:** Fernando Tipan.

**Anexo N°3:** Tabla oficial del SRI impuesta a la renta 2016

<b>IMPUESTA A LA RENTA 2016 (TABLA OFICIAL SRI)</b>			
Fracción básica	exceso hasta	impuesto a la fracción básica	% impuesto a la fracción excedente
0,00	11.170,00	0,00	
11.170,00	14.240,00	0,00	5%
14.240,00	17.800,00	153,00	10%
17.800,00	21.370,00	509,00	12%
21.370,00	42.740,00	938,00	15%
42.740,00	64.090,00	4.143,00	20%
64.090,00	85.470,00	8.413,00	25%
85.470,00	113.940,00	13.758,00	30%
113940	En adelante	22299	35%

**Anexo N°4:** Proformas.

 <b>MAQUINAS AMBATO</b> La experiencia es nuestra diferencia				
E-mail: maquinas.ambato@yahoo.com Dirección: 12 de Noviembre 6-44 y Ayllón Telf.: 032421309 -2427697 Cel: 0993660751		<b>DIA</b>	<b>MES</b>	<b>AÑO</b>
		01	08	2016
Cliente: Fernando Tipan Dirección: Pelileo RUC: 1714010152				
<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>	<b>P. Unitario</b>	<b>P. Total</b>	
1	Máquina Cerradora de Codo marca BROTHER.	5.500	5.500	
1	Máquina Recta marca JUKI.	580	580	
1	Máquina Overlock de 3 hilos marca JUKI.	3.500	3.500	
1	Máquina Overlock de 5 hilos marca JUKI.	1.400	1.400	
1	Máquina Atracadora marca SIRUBA.	2.400	2.400	
1	Máquina Recubridora 3 agujas marca KANSAI SPECIAL.	1.480	1.480	
1	Cortadora de tela marca HONG SHENG.	500	500	
1	Plancha	160	160	
<b>SUBTOTAL</b>			13347,2	
<b>IVA 14%</b>			2172,8	
<b>TOTAL</b>			15.520	





VENTA Y DE DISEÑO DE ESPACIOS, ASesoramiento EN  
MUEBLES DE OFICINA Y HOGAR. PRESUPUESTOS  
E ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE MOBILIARIO.  
Dir.: Rocafuerte 05-20 y Maldonado, Centro  
Teléfono: 032420299 - 0987996217

PROFORMA

Fecha de Emisión

22/08/2016

Señor(a):

Fernando Tipán

RUC:

1714010152

Dirección

Pellileo

Teléfono

0994605173

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	P. TOTAL
4	Escritorio recto de oficina	130,00	520,00
4	Sillas de oficina ejecutivo giratoria	119,00	476,00
1	Tandem silla de espera	259,00	259,00
4	Archivador metálico de 4 gavetas	139,00	556,00
1	Tv Led Samsung 32 HD Smart	410,00	410,00
1	Mesa para reuniones	300,00	300,00
SUBTOTAL			2183,08
IVA 0 %			
IVA 9 %			352,94
TOTAL			2521,02

FIRMA AUTORIZADA

RECIBI CONFORME

**Anexo N°5:** Fotografías de la aplicación de encuestas.

